



**RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE**
2020

APRESENTAÇÃO

GRI 102-1/102-49/102-51

Com muito orgulho o Banco Mercantil do Brasil apresenta o seu primeiro Relatório de Sustentabilidade, que contempla as informações sobre a companhia no âmbito dos temas identificados como de maior impacto para as suas partes relacionadas. Neste Relatório, o Banco compartilha com seus stakeholders as principais informações relacionadas aos aspectos sociais, ambientais e de governança corporativa, demonstrando suas principais realizações e projetos e o seu compromisso em se tornar cada vez mais transparente, sustentável e alinhado com as práticas de governança.

GRI 102-21/102-50/102-52/102-54

Em linha com as principais tendências mundiais relacionadas à transparência na prestação de contas, o Mercantil segue a metodologia da Global Reporting Initiative (GRI) que busca dar transparência e comparabilidade ao relatório. Este documento, de periodicidade anual, foi preparado de acordo com os Standards da GRI: opção Essencial e abrange o período de 1º de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020. Visando divulgar informações sempre atualizadas, o relatório traz também informações pontuais relativas aos primeiros meses de 2021.

O engajamento contínuo com o público do Banco Mercantil do Brasil é realizado pelas áreas da companhia por meio de reuniões, e-mails, contatos telefônicos, eventos, comunicados e mídias sociais. Além disso, periodicamente o Banco realiza pesquisas para avaliar o nível de satisfação dos públicos estratégicos, como clientes e colaboradores.

GRI 102-12

Este relatório objetiva também comunicar o ingresso do Banco no Pacto Global das Nações Unidas, em junho de 2020. O Mercantil busca incorporar os 10 princípios do Pacto em todos os seus negócios relatando atividades relacionadas a direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção.

GRI 102-56

As informações financeiras apresentadas neste relatório foram elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e auditadas pela PwC.

BOA LEITURA!

INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE O BANCO MERCANTIL DO BRASIL
PODEM SER ENCONTRADAS NO NOSSO WEBSITE:

WWW.MERCANTILDOBRASIL.COM.BR

GRI 102-53

Dúvidas, sugestões e comentários sobre o Relatório de Sustentabilidade devem ser encaminhados para o e-mail: relacoescominvestidores@mercantil.com.br

- ***Covid-19*** PÁG.04
- ***Mensagem da Administração*** PÁG.06
- ***Mensagem do CEO*** PÁG.07
- ***Mercantil em Números*** PÁG.08
- ***História Mercantil no Brasil*** PÁG.09
- ***Posicionamento MB*** PÁG.10
- ***Propósitos e Valores*** PÁG.11
- ***Governança Corporativa*** PÁG.13
- ***Ética Sempre*** PÁG.22
- ***Cultura Organizacional e Gente*** PÁG.31
- ***Benefícios*** PÁG.39
- ***Estratégia de Sustentabilidade*** PÁG.43
- ***Cliente*** PÁG.51
- ***Gestão da Experiência do Cliente*** PÁG.57
- ***Premiações e Certificações*** PÁG.58
- ***Inovação e Tecnologia*** PÁG.62
- ***Desempenho Econômico*** PÁG.65

COVID-19



Em 2020, um ano tão desafiador, o Mercantil desenvolveu um protocolo minucioso para prevenção e combate à Covid-19. Assim que foi decretada a pandemia, o Banco acionou seu Comitê de Crise e definiu de forma tempestiva medidas para proteger seus colaboradores e clientes e acompanhou diariamente o comportamento da pandemia.

A seguir destacamos algumas das medidas adotadas para enfrentar esse momento que merece cuidado especial:

PARA OS COLABORADORES:

O Banco definiu e divulgou amplamente regras de isolamento, implantou o regime de home office para 95% do quadro de colaboradores da Sede Administrativa e afastou imediatamente os funcionários pertencentes ao grupo de risco, alocando-os ao regime de trabalho remoto (home office). Além disso, fixou cartazes com orientações e medidas preventivas por toda a instituição, reforçou a comunicação interna e externa sobre o tema em suas diversas variáveis e passou a realizar as reuniões de modo virtual.

Para os colaboradores da Sede Administrativa que precisaram seguir na prestação de serviços essenciais de forma presencial foi instituído o rodízio de funcionários. Para os colaboradores lotados nos pontos de atendimentos, a atividade presencial foi mantida, exceto para os grupos de risco, e os horários de atendimento nos pontos foram alterados. Foram distribuídos kits de proteção aos colaboradores e adotado um procedimento de triagem junto aos funcionários e terceiros no início da jornada de trabalho presencial. Além disso, foi implantado o **reembolso de transporte alternativo (Uber ou Táxi) para os deslocamentos de casa para o trabalho e vice-versa, em que foram realizadas mais de 100 mil corridas em 2020**. O Banco também reforçou a limpeza de móveis e superfícies de contato e em caso de suspeita de contaminação, adotou protocolo de evacuação e higienização da área. O Mercantil criou também o serviço de **Telemedicina**, em que todos os funcionários com sintomas gripais, casos suspeitos ou confirmados, são encaminhados para telemonitoramento com a equipe da Teg Saúde, com atendimento médico on-line.

“
ALÉM DISSO, FOI IMPLANTADO
O REEMBOLSO DE TRANSPORTE
ALTERNATIVO (UBER OU TÁXI)
PARA OS DESLOCAMENTOS DE
CASA PARA O TRABALHO
E VICE-VERSA
”

COVID-19



Foi oferecido também um aplicativo para todos os colaboradores do MB. Um dos mais famosos apps de meditação, autoconhecimento e bem-estar. Além de meditação guiada, o app tem lives de meditação, masterclasses sobre diversos temas ligados ao autoconhecimento e também técnicas de Yoga. Tudo para cuidar da mente e trazer mais leveza para o dia a dia.

Além disso, em parceria com o infectologista Dr. Carlos Starling, o MB criou um Protocolo de Prevenção contra a Covid-19 e realizou uma live com os colaboradores, em que o Dr. Carlos Starling falou sobre a Covid-19, suas implicações, medidas efetivas de combate e proteção e esclareceu as principais dúvidas e questionamentos sobre o tema.

Preocupado com a saúde emocional de seus colaboradores durante a pandemia, o MB lançou também uma série especial com a psicóloga Aline Arantes Porto, psicoterapeuta cognitivo-comportamental, mestranda no programa de Neurociências pela UFMG. A série contou com vídeos semanais que abordaram: saúde emocional, livramento de preocupações, autoconhecimento, hábitos, felicidade, expectativas e sonhos.

PARA OS CLIENTES:

O Mercantil adequou os processos específicos de atendimento, em conformidade com as normas vigentes e visando a segurança dos seus clientes, sempre centrando seus esforços para manter um atendimento de qualidade. O Banco intensificou a higienização em seus pontos de atendimento e reforçou o controle de acesso para manter o distanciamento social. Além disso, intensificou a comunicação com os clientes, a divulgação de informações e criou uma página exclusiva em seu site para esclarecer dúvidas:

<https://mercantildobrasil.com.br/Coronavirus/Paginas/Coronavirus.aspx>

PARA TODOS:

Desde o início da pandemia, o Banco Mercantil vem buscando parcerias com instituições públicas e privadas para ajudar no combate à Covid-19. A live da dupla Bruno & Marrone, patrocinada pelo MB, arrecadou alimentos, álcool em gel e outros materiais. De acordo com a produção do evento os números chegaram a cerca de 227 toneladas de alimentos, 37 toneladas de produtos de higiene e limpeza e 10.100 vagas em cursos na área de saúde distribuídos pelo Sesc Nacional para mais quatro mil entidades no país.

O MB doou R\$ 100.000,00 para contribuir com a construção do Hospital de campanha no Expominas, que com 768 leitos visava evitar a sobrecarga dos hospitais de Belo Horizonte durante o período da pandemia, e doou R\$ 50.000,00 para a Associação Estímulo 2020, movimento criado para ajudar empreendedores a superarem este momento. Além disso, fez uma doação de caixas de luvas de látex ao Hospital das Clínicas da UFMG para suporte ao ambulatório de Covid-19 da instituição e contribuiu para a aquisição de respiradores para o Hospital Manoel Gonçalves, de Itaúna (MG).



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Agilidade, criatividade e resiliência constituem exigências indelévelis do mundo contemporâneo, que imprimem requerimentos adicionais de dinamismo e competitividade, moldam a moderna gestão empresarial e introduzem a inexorável necessidade de rápida adaptação a novos cenários. Neste contexto, o planejamento das empresas preventivamente contempla a indispensável construção de capacitações para adaptação a cenários adversos. Todavia, a pandemia da Covid-19 imprimiu ao ano de 2020 expressão inusitada a essa realidade. Abruptamente, pessoas, empresas e governos viram-se premidos por circunstâncias inéditas. A primeira epidemia de dimensões realmente globais, na era da interconectividade completa e em tempo real, introduziu um cenário totalmente novo, grave e urgente. As desigualdades foram potencializadas e introduziram contornos de maior severidade no impacto aos públicos mais vulneráveis, conferindo acentuada assimetria nos efeitos nefastos da pandemia.

De outro lado, assim como em ocasiões anteriores na história, a conjuntura profundamente desafiadora conduziu a humanidade a reeditar seu enorme potencial de criatividade e de mobilização de recursos para promover soluções: a ciência demonstrou sua capacidade de respostas e ofereceu em tempo recorde as primeiras alternativas de imunização, a sociedade ensaiou movimentos mais consistentes de solidariedade e cooperação e a atividade empresarial exercitou sensibilidade e engajamento social.

Em seu âmbito de atuação, o Mercantil do Brasil viu-se na contingência de avaliar rapidamente o novo cenário de grandes urgências e profunda imprevisibilidade, identificar as necessidades de adaptação, implementar mudanças, avaliar impactos e promover ajustes, sob a premência de assistir e orientar o corpo de colaboradores, adaptar rotinas e oferecer plena continuidade ao sensível processo de entender e atender às necessidades adicionais dos mais de 2,5 milhões de clientes, notadamente caracterizado pelo público 50+, cuja experiência nos inspira persistentemente a buscar aperfeiçoar a cada dia o que fazemos.

Assim, no ano de 2020 presenciamos, em dimensão ainda mais severa do que a habitual, a necessidade do exercício permanente da aplicação da nossa capacidade de adaptação. Para nossa satisfação, o êxito alcançado em 2020 foi compatível com os desafios enfrentados. Atingimos marcas inéditas, obtivemos resultados além dos esperados. Encerramos o exercício com a sensação de missão cumprida, perante acionistas, colaboradores, clientes e parceiros.

Buscando compartilhar com nossos stakeholders e a sociedade em geral nossa experiência neste período singular, o presente Relatório de Sustentabilidade (GRI) demonstra a síntese de nossa atuação, de nossos esforços e de nosso desempenho, sob os pilares da governança ambiental, social e corporativa.

Os desafios não se esgotam, apenas se renovam. A experiência vivida no ano de 2020 nos traz o ensinamento de que vivemos uma nova era, em que se consolida a consciência de que a individualidade e a coletividade são interdependentes.

Com obstinação e ancorados nos princípios e valores que orientam nossa atuação há 78 anos, permanecemos confiantes em nossa capacidade de continuar transformando desafios em realizações.

Persistimos em nosso propósito de buscar soluções em que sejamos capazes de conciliar atuação economicamente lucrativa, ambientalmente responsável e socialmente equânime, de modo que os resultados alcançados contribuam, direta e indiretamente, em benefício do contexto social em que estamos inseridos.



**Marco Antônio
Andrade de Araújo**
PRESIDENTE DO CONSELHO
DE ADMINISTRAÇÃO

MENSAGEM DO CEO



Há alguns anos, as instituições, de modo geral, passaram a ser instadas a entender que sustentabilidade ambiental e crescimento econômico são questões indissociáveis, e que a transparência, a ética, a boa governança e a igualdade de oportunidades são práticas indelévels na sociedade de hoje. Em especial, a pandemia da Covid-19 deflagrou questões e evidenciou vulnerabilidades que nos fizeram perceber em um espectro global que precisamos cuidar do planeta em que vivemos e das pessoas que nele habitam.

Para nós do Mercantil, “gente é o que move a gente”. Intensificamos o cuidado com nossos colaboradores no período da pandemia, instituímos o regime de teletrabalho para os colaboradores da sede administrativa, afastamos os considerados como grupo de risco e adotamos todas as medidas preventivas recomendadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e pelo Ministério da Saúde, conforme será detalhado ao longo deste Relatório. Como a atividade bancária é considerada essencial, temos o desafio diário de atender, da melhor maneira possível, nossos clientes, em sua maioria pessoas acima dos cinquenta anos de idade e beneficiárias do INSS. Garantir a segurança de nossos colaboradores e o atendimento de qualidade ao nosso público, no contexto imposto pela pandemia, tem sido um de nossos principais desafios.

O avanço tecnológico tem contribuído para que as conexões humanas se tornem cada vez mais rápidas, encurtando distâncias e possibilitando trocas de dados e experiências antes impensáveis. No Mercantil, queremos estar próximos aos clientes, no canal de sua melhor conveniência, seja fisicamente, seja nas diversas soluções de atendimento digital.

As transações bancárias por intermédio dos canais digitais aumentaram **51% no último ano**. Em 2020, o Mercantil passou a ser um dos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e aderiu à Rede Desafio 2030, composta por organizações mineiras que se uniram para promover o cumprimento da Agenda de Desenvolvimento Sustentável da ONU até 2030, composta por 17 objetivos de desenvolvimento sustentável.

Apoiamos diversas iniciativas de cunho social, como o Programa Descubra, idealizado por um comitê estratégico sob a liderança do Ministério Público do Trabalho e o Ministério Público de Minas Gerais, que promove a oferta de empregos a jovens em situação de vulnerabilidade social, em especial aqueles em cumprimento de medidas socioeducativas. No intuito de promover melhores práticas de governança e propiciar a nossos investidores maior transparência, migramos para o Nível 1 de Governança da B3, em dezembro de 2020, e ingressamos no Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC). Fechamos o ano de 2020 com resultados consistentes e sustentáveis, atingindo o lucro líquido de 151 milhões de reais e um patrimônio líquido consolidado acima de 1 bilhão de reais, sem deixar de cuidar de nossos clientes e colaboradores, e de avançar em iniciativas sociais e em melhores práticas de governança.

Agradecemos nossos colaboradores pelo empenho, aos investidores por acreditarem no nosso projeto e a todos os stakeholders pela parceria que nos possibilitou chegar até aqui.

BOA LEITURA!



Gustavo Araújo
CEO

MERCANTIL EM NÚMEROS



GRI 102-7

RESULTADOS CONSISTENTES E SUSTENTÁVEIS

LUCRO LÍQUIDO
ACUMULADO DE
R\$151mm

CARTEIRA DE
CRÉDITO
R\$6,4 Bilhões

PATRIMÔNIO
LÍQUIDO DE
R\$1 Bilhão

ATIVOS TOTAIS
DE
R\$10,7 Bilhões

3052
COLABORADORES
PRÓPRIOS

910
FORNECEDORES

MELHOR BANCO PARA O PÚBLICO 50+

2,6 Milhões
DE CLIENTES

54 Milhões
DE TRANSAÇÕES VIA
APLICATIVO MB

118 Milhões
DE TRANSAÇÕES
NOS CANAIS DIGITAIS

83 Milhões
INVESTIDOS EM
INOVAÇÃO EM 2020

PRESENÇA EM TODO BRASIL

278
LOJAS DIGITAIS
PAPERLESS



HISTÓRIA MERCANTIL DO BRASIL



78 ANOS DE SOLIDA TRAJETÓRIA NO SETOR FINANCEIRO COM IMPORTANTES MUDANÇAS NOS ÚLTIMOS ANOS

GRI 102-2

A trajetória do Mercantil do Brasil iniciou em 1943 quando foi aberta a primeira agência do banco, na cidade de Curvelo, em Minas Gerais. Com alguns anos, o Banco Mercantil adquiriu mais de 15 outras Instituições Financeiras, se tornando um dos maiores e mais relevantes bancos do país.

GRI 102-2

A partir dos anos 2000, o Banco iniciou a automação de seus processos e a criação de novos produtos e serviços, como crédito consignado e bancos correspondentes. Em 2009, ganhou o primeiro leilão do INSS, dando mais um importante passo em seu crescimento, tornando-se a instituição pagadora de benefícios em Minas Gerais e no interior de São Paulo. Desde então, reduziu seu portfólio destinado às empresas e mudou o foco para Beneficiários do INSS. Além disso, valorizando a qualidade no atendimento, o Mercantil aderiu voluntariamente ao Sistema de Autorregulação Bancária.

GRI 102-2/102-6

Com quase 80 anos de trajetória, o Mercantil é hoje uma instituição considerada referência no pagamento de benefícios do INSS e o melhor Banco para o público 50+. Além disso, é o único banco de varejo com Certificação ISO 9001 pela qualidade no atendimento aos beneficiários do INSS. Foi considerado, ainda, a melhor empresa para se trabalhar em Minas e uma das melhores do país pelo Great Place To Work em 2019 e 2020.

GRI 102-2/102-4

Em 2019 ganhou pela terceira vez consecutiva o leilão do INSS, expandindo as regiões de atuação para os estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Bahia.

GRI 102-2

Com atuação em investimento, crédito, corretagem de seguros, câmbio, distribuição de valores e intermediação de títulos e valores mobiliários, o BM conta com uma equipe totalmente preparada para atender clientes PF e PJ com segurança, transparência, simplicidade, eficiência e proximidade.

POSICIONAMENTO MB



Pacto Global
Rede Brasil

GRI 102-12

Em julho de 2020 o Banco passou a fazer parte do Pacto Global da ONU, maior iniciativa de sustentabilidade empresarial do mundo, com mais de 13 mil membros em quase 80 redes locais, que abrangem 160 países. A ação é um incentivo para que as empresas de todo o mundo alinhem suas operações e estratégias a dez princípios universais pautados em direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção.

GRI 102-12

Reforçando ainda mais o compromisso com a sustentabilidade e a busca por aperfeiçoamento nesse assunto, em dezembro de 2020 o Mercantil se juntou à Rede Desafio 2030, que é formada por organizações de Minas Gerais que se uniram a fim de ampliar a contribuição do setor privado para o cumprimento da Agenda 2030 da ONU, guiadas pelos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A busca ativa pelos ODS beneficia as empresas por meio de inovações, oportunidades de negócios e desenvolvimento para a comunidade. Por isso, a Rede incentiva que seus membros alinhem estratégias de longo prazo a esses objetivos, direcionando esforços para atender, simultaneamente, às demandas dos acionistas e da sociedade em geral.

Parceira do Pacto Global, a Rede Desafio 2030 apoia projetos, iniciativas de educação e ações de promoção da sustentabilidade empresarial em Minas Gerais, buscando, assim, posicionar suas empresas como referências internacionais sobre o tema.

A agenda que o banco propõe para alcançar os objetivos de suas diretrizes é ampla e busca favorecer toda a sociedade. A instituição já possui frentes de atuação alinhadas a esses propósitos, temos a oportunidade de mostrar o que já fazemos, sempre buscando melhorar e aperfeiçoar essas ações.

As iniciativas do Mercantil contribuem com os 12 ODS abaixo, que serão contemplados neste Relatório.

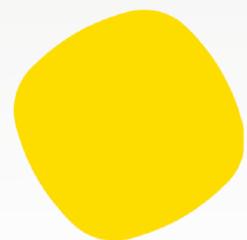


Ao final deste Relatório (**página 71**), publicamos um índice remissivo que indica a relação entre cada GRI e os ODS, indicando a página onde ele foi publicado.

PROPÓSITO E VALORES

PROPÓSITO

- *Ser o banco que você escolhe e confia: simples e próximo.*



VIVEMOS O CLIENTE

Nossa razão de existir



BRILHO NOS OLHOS

- *Nossa paixão contagia*
- *Inspiramos pelo exemplo*
- *A gente vai lá e faz!*



RESULTADO CONSCIENTE É RESULTADO SUSTENTÁVEL

- *Inovamos com simplicidade e eficiência*
- *Nos superamos a cada desafio*



GENTE É O QUE MOVE A GENTE

- *Nossa simplicidade aproxima*
- *Cultivamos relações duradouras*
- *Valorizamos o bem-estar de uma vida equilibrada*



DIFERENÇAS SOMAM

- *Nossa simplicidade aproxima*
- *Cultivamos relações duradouras*
- *Valorizamos o bem-estar de uma vida equilibrada*



ÉTICA SEMPRE



ÉTICA, TRANSPARÊNCIA E INTEGRIDADE MATERIALIDADE

GRI 102-16/102-25/102-26

Para garantir a ética, transparência e integridade em todas as suas relações, o Mercantil do Brasil dispõe de uma ampla estrutura de normas internas e ferramentas, sustentadas, também, por meio de programas de comunicação e treinamento.

Os valores do Mercantil do Brasil têm a “Ética Sempre” como base de atuação de todos os stakeholders, em linha com seu propósito. A Instituição se compromete e reitera a necessidade de que todos os seus colaboradores e terceiros ajam de forma correta, com integridade e transparência, em todos os momentos, ações e relacionamentos.

As diretrizes tidas como base para condução do nosso dia a dia estão dispostas no **Código de Ética** do MB. Documento aprovado pelo Comitê de Ética e pelo Conselho de Administração, que consiste em um guia prático de conduta pessoal e profissional, utilizado por todos os colaboradores em suas interações e decisões diárias, legitimando as políticas e normas estabelecidas pela Instituição.

O Código de Ética, em conjunto com outros normativos internos, orientam todos os administradores, empregados, estagiários, terceiros e prepostos (colaboradores) sobre como evitar conflitos de interesse e situações que envolvam a geração de benefício para qualquer parte. Para evitar situações como essas, nossos processos internos são definidos com a devida segregação.

ACESSE AQUI NOSSO
CÓDIGO DE ÉTICA



GRI 102-21 | 102-40 | 102-42 | 102-43 | 102-44

Para construção da primeira matriz de materialidade do Mercantil a metodologia adotada considerou: documentos internos do Banco, estudos setoriais, índices de sustentabilidade nacionais e internacionais, empresas do setor financeiro e organizações referência em sustentabilidade. Após análise dos documentos citados, foi desenvolvida a primeira lista de temas relevantes e aplicados questionários junto ao Conselho de Administração, a Diretoria e os colaboradores de áreas estratégicas que lidam com os stakeholders coletando assim as suas perspectivas.

GRI 102-42/102-44/102-46

A aplicação do questionário resultou em 16 temas relevantes que foram analisados e agrupados em seis, de acordo com a sinergia identificada. Como resultado, acreditamos que a primeira matriz de relevância do Mercantil reflete as expectativas dos seus stakeholders, dos quais pode-se listar: clientes, colaboradores, acionistas, alta liderança, poder público, órgãos reguladores, associações setoriais, formadores de opinião, fornecedores e sindicatos.

GRI 102-47

A seguir, os seis temas considerados mais relevantes para o Grupo Mercantil:



Governança Corporativa



Cliente



Cultura Organizacional e Gente



Inovação e Tecnologia



Estratégia de Sustentabilidade



Desempenho Econômico

GOVERNANÇA CORPORATIVA

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA CORPORATIVA



GRI 103-1

A Estrutura de Governança Corporativa do Mercantil do Brasil é um dos instrumentos fundamentais para a perpetuidade e crescimento sustentável de seus negócios, sendo que os princípios básicos de governança – transparência, equidade, prestação de contas (accountability) e responsabilidade corporativa – estão alinhados aos seus valores e são difundidos por toda a Instituição. Nesse sentido, a Governança Corporativa do MB conta com a participação de todos os seus níveis hierárquicos, prezando pela segregação de funções, ao mesmo tempo em que busca proporcionar sinergia entre as unidades.

GRI 102-18/103-2

O Mercantil do Brasil possui Estrutura de Governança Corporativa robusta, composta pelos seguintes níveis: Conselho de Administração, Conselho Fiscal, Diretoria de Auditoria Interna, Presidência, Vice-Presidência Executiva, Diretorias Executivas, Diretorias, Comitês Estatutários e de Assessoria, conforme pode ser observado abaixo:



*Estrutura organizacional referente ao ano de 2020.

GOVERNANÇA CORPORATIVA



GRI 102-20/103-2

Essa estrutura, revisada no último trimestre de 2020, está em aprimoramento contínuo, tendo em vista os princípios e melhores práticas de governança e atentando-se, sempre, à segregação de funções, que contribui de forma determinante para maior segurança e melhor eficiência dos processos operacionais. Dessa forma, como pode-se observar no diagrama acima, as atividades comerciais, de auditoria, gerenciamento de riscos e de controle são distribuídas de forma a garantir adequados níveis de independência e segregação.

GRI 102-19/102-22/102-23

O Conselho de Administração do Banco Mercantil é composto por 9 membros, sendo 1 Presidente, 1 Vice-Presidente, 1 Secretário e demais membros. Todos são eleitos em Assembleia Geral para um mandato de dois anos, com possibilidade de reeleição. Além disso, o Conselho de Administração elege dentre os seus membros, por maioria absoluta de votos, seu Presidente, seu Vice-Presidente e seu Secretário.

Membros do Conselho de Administração do Banco Mercantil do Brasil (mandato de 2020 a 2022)

PRESIDENTE

MARCO ANTÔNIO ANDRADE DE ARAÚJO

VICE-PRESIDENTE

MAURICIO DE FARIA ARAÚJO

SECRETÁRIO

JOSÉ RIBEIRO VIANNA NETO

MEMBROS

LUIZ HENRIQUE ANDRADE DE ARAÚJO
GUSTAVO HENRIQUE DINIZ DE ARAÚJO
LEONARDO FERREIRA ANTUNES

LAURO WILSON DA SILVA
ANDRÉ LUIZ FIGUEIREDO BRASIL
CLARISSA NOGUEIRA DE ARAÚJO

GRI 102-24/102-26

As principais atribuições do Conselho de Administração são: definir a estratégia do negócio, escolher ou destituir os Auditores Independentes, eleger ou destituir os membros da Diretoria e acompanhar o trabalho do Diretor-Presidente. Para exercer o cargo, os candidatos precisam atender aos requisitos exigidos pela legislação e pelo estatuto social.

GRI 102-22

A instalação do Conselho Fiscal é determinada anualmente pela Assembleia Geral e é composto por 5 (cinco) membros efetivos e 5 (cinco) membros suplentes, com as atribuições previstas em Lei. A Assembleia Geral elege seus componentes e fixa-lhes a remuneração.

GOVERNANÇA CORPORATIVA



GRI 102-22

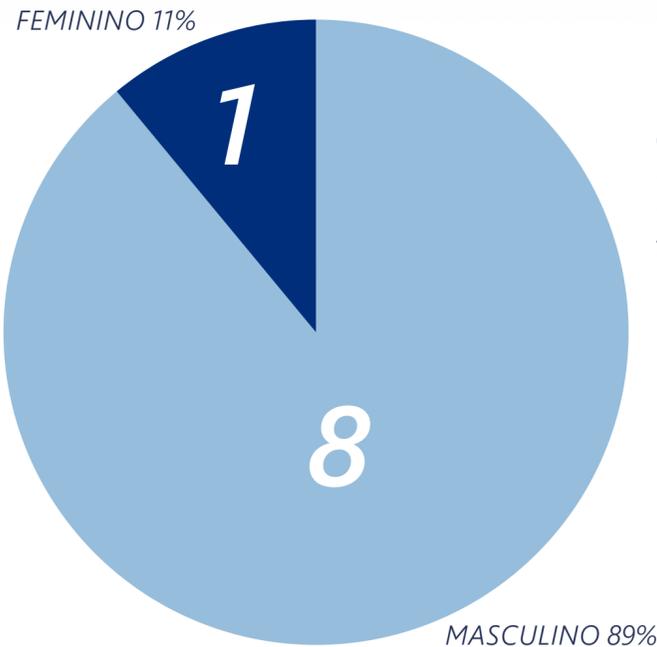
A Diretoria tem os poderes e as atribuições que a Lei, o Estatuto da Companhia e o Conselho de Administração lhe conferem. É composta por 12 membros, sendo 1 Diretor-Presidente, 1 Vice-Presidente Executivo, 6 Diretores Executivos e 4 Diretores. Os membros da Diretoria são eleitos para um mandato unificado de dois anos, permitida a reeleição, pelo Conselho de Administração, que poderá os destituir a qualquer tempo.

GRI 102-22

COMPOSIÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GÊNERO

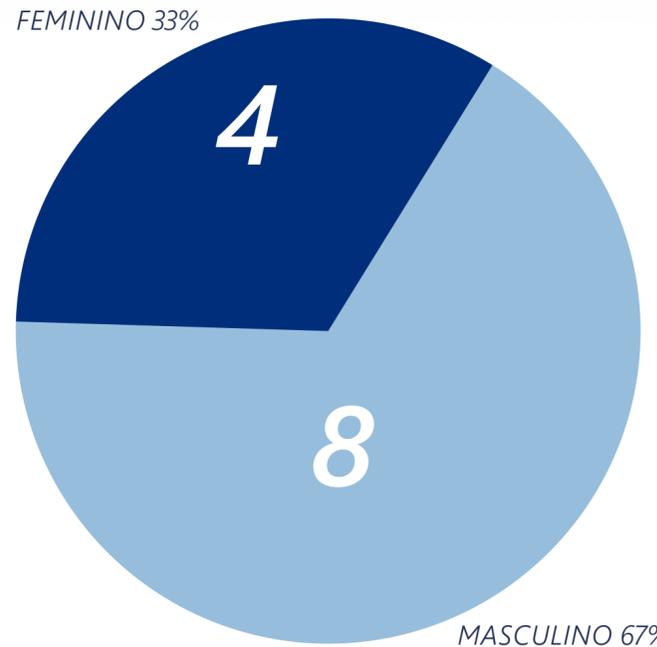


FAIXA ETÁRIA

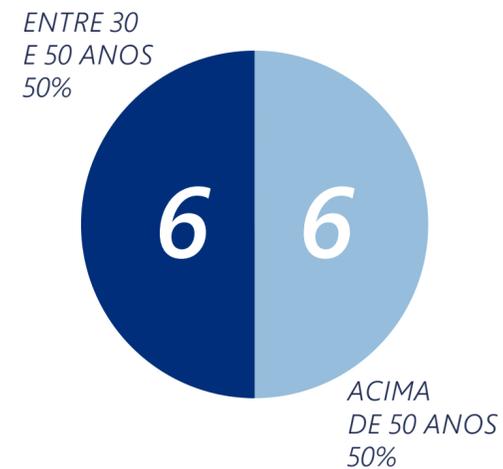


DIRETORIA

GÊNERO



FAIXA ETÁRIA



GRI 102-22

Os Comitês Estatutários e de Assessoria contribuem com a Alta Administração nas tomadas de decisões, conforme especializações, e fortalecendo o processo de gestão e de Governança Corporativa. Por apresentarem composição diversificada, os Comitês representam um dos canais de comunicação mais importantes e eficazes entre as áreas que compõem a estrutura de governança de Riscos, Controles e Auditoria Interna, assim como com o Conselho de Administração e a Diretoria. Vale destacar que todos os Comitês e Subcomitês possuem Manuais que regulamentam o seu funcionamento, em conformidade com as regulamentações e melhores práticas de Governança Corporativa.



REMUNERAÇÃO DOS ADMINISTRADORES

GRI 102-35/102-36/102-37

A Política de Remuneração dos Administradores do Banco Mercantil prevê que o valor a ser pago a título de remunerado seja aprovado anualmente pela Assembleia Geral de Acionistas. São considerados no programa os Diretores Estatutários, Conselheiros de Administração e membros do Comitê de Auditoria e Comitê de Remuneração.

GRI 102-28/ 103-3

Os indicadores de performance são definidos para cada cargo de acordo com a natureza da atividade e responsabilidade, visando a contribuição do diretor para o negócio e em conformidade com a regulamentação vigente. Esses indicadores e suas métricas são definidos e discutidos em conjunto com os próprios diretores, em um processo de acordo de metas.



ESTRUTURA SOCIETÁRIA GRUPO MERCANTIL



GOVERNANÇA CORPORATIVA



MIGRAÇÃO DO MB PARA O NÍVEL 1 DE GOVERNANÇA CORPORATIVA DA B3

GRI 102-5/ 103-2/103-3

Recentemente, o Mercantil do Brasil migrou para o segmento especial de listagem Nível I da B3 S.A. A mudança está diretamente relacionada à estratégia de sustentabilidade da Instituição e representa mais uma etapa para ampliação dos mecanismos de governança e aumento da transparência ao mercado e demais stakeholders acerca dos processos e resultados do MB.

Vale destacar que grande parte dos requisitos mais complexos de governança exigidos pela B3 nesse nível já eram atendidos pelo MB antes da migração. Ressalta-se, também, que, com a admissão da Sociedade no segmento especial de listagem denominado Nível 1 de Governança Corporativa da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão (“B3”), sujeitam-se à Sociedade, seus acionistas, Administradores e membros do Conselho Fiscal, às disposições do Regulamento de Listagem do Nível 1 de Governança Corporativa da B3 (“Regulamento do Nível 1”).

GRI 103-3

Essa mudança demonstra o comprometimento do MB com os princípios da Governança Corporativa, que estão diretamente ligados aos seus valores institucionais. Ademais, com a entrada no segmento especial de listagem Nível I da B3, o Mercantil do Brasil também se tornou elegível, e assim ingressou no Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC), ratificando seu compromisso com a sustentabilidade corporativa e altos padrões de governança.



Índice de
Ações com Governança
Corporativa Diferenciada **IGC**



GOVERNANÇA CORPORATIVA

GOVERNANÇA NA GESTÃO DE RISCOS E CAPITAL



GRI 103-1

A atividade de gerenciamento dos riscos e capital é parte integrante e fundamental nas atividades da Instituição, principalmente nos processos de tomada de decisão, visando obter a melhor relação risco/retorno, através da otimização do uso do capital, bem como para a seleção das melhores oportunidades de negócios.

GRI 102-15/102-26/102-29/102-34/103-2

A estrutura de governança de Riscos e Capital do MB conta com políticas de gerenciamento periodicamente revisadas, tendo sempre em vista a adequação às legislações vigentes, às condições de mercado, bem como às estratégias da Instituição. Nessas políticas, são definidas ferramentas, estratégias, metodologias, reportes frequentes e papéis e responsabilidades, distribuídos entre diferentes níveis hierárquicos, inclusive entre comitês, garantindo a sua efetividade e governança. Vale destacar que essas políticas são complementadas por Manuais de Procedimentos, planos de contingência aplicáveis e demais normas internas voltadas para a prevenção, detecção e remediação dos riscos. Abaixo estão indicados os principais riscos aos quais o Mercantil do Brasil está exposto, bem como as Políticas adotadas para gerenciamento e mitigação destes, as quais são aprovadas pelo Conselho de Administração e/ou pela Diretoria da Instituição e Comitês aplicáveis:

- Capital: Estrutura e Política Institucional de Gerenciamento de Capital (destacando-se, também, o Plano de Contingência de Capital);
- Risco de Crédito: Política Institucional de Gerenciamento do Risco de Crédito;
- Risco de Liquidez: Política Institucional de Gerenciamento do Risco de Liquidez (destacando-se, também, o Plano de Contingência de Liquidez);
- Risco de Mercado: Política Institucional de Gerenciamento do Risco de Mercado e IRRBB;
- Risco Operacional: Política Institucional de Gerenciamento do Risco Operacional;
- Risco Socioambiental: Política Institucional de Responsabilidade Socioambiental;
- Risco de Imagem e de Reputação: Política Institucional de Risco de Imagem e de Reputação;
- Risco de Inconformidade: Política Institucional de Conformidade;
- Risco de Conduta: Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários;
- Risco de Corrupção/Integridade: Política Institucional de Prevenção à Corrupção;
- Risco de Lavagem de Dinheiro e de Financiamento ao Terrorismo: Política Institucional de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo;
- Risco Cibernético: Política Institucional de Segurança Cibernética;
- Risco de Segurança da Informação: Política Institucional de Segurança da Informação.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

GOVERNANÇA NA GESTÃO DE RISCOS E CAPITAL



Além das Políticas mencionadas para o gerenciamento dos riscos mais relevantes, destaca-se também a adoção dos seguintes instrumentos:

- Política Institucional de Gestão de Continuidade dos Negócios:

A Gestão de Continuidade dos Negócios busca garantir o andamento dos processos de negócios críticos à sobrevivência da Instituição em caso de crises que causem a interrupção das suas atividades essenciais. Isso proporciona um ambiente mais seguro às operações, aos clientes, contrapartes e colaboradores, bem como seus acionistas.

Para garantir essa resiliência, o Mercantil do Brasil utiliza metodologia que o permite definir estratégias de contingência, determinando procedimentos alternativos e linhas de ações que manterão os processos mais críticos em funcionamento, em níveis aceitáveis, mesmo na ocorrência de eventos adversos que causem a interrupção das atividades. Todas essas especificações estão formalizadas em Planos de Contingência Operacional (PCOs), que contemplam também a estrutura de pessoal, logística disponibilizada e recursos necessários para a continuidade dos negócios. O Gerenciamento da Continuidade dos Negócios abrange todas as empresas do Conglomerado Prudencial, resultando em uma estrutura mais enxuta e ágil na tomada de decisões. A governança está estabelecida da seguinte forma:

- Continuidade de Tecnologia: Diretoria Executiva de Produtos, TI e Inovação;
- Continuidade dos Pontos de Atendimento: Diretoria Executiva de Negócios e Operação;
- Continuidade de Negócios (Administração Central): Diretoria de Riscos e Compliance.

GRI 102-30

Programa de Teste de Estresse

O Programa de Testes de Estresse do Mercantil do Brasil está alinhado à estratégia de negócios, seguindo as diretrizes definidas pelo Conselho de Administração, Comitê de Riscos e pela Diretoria, ao identificar e reconhecer o inter-relacionamento dos diversos tipos de riscos aos quais a Instituição está exposta de maneira relevante. Os resultados obtidos com a realização dos testes de estresse são utilizados na mensuração, na avaliação, no monitoramento, no controle e na mitigação dos riscos da instituição e, também, são incorporados:

- Nas decisões estratégicas da Instituição;
- Na revisão dos níveis de apetite por riscos (RAS);
- Na revisão das Políticas, estratégias e limites estabelecidos para gerenciamento de riscos e capital;
- Na avaliação dos níveis de capital e de liquidez da instituição;
- Na elaboração dos Planos de Contingência de Capital e Liquidez.

GOVERNANÇA CORPORATIVA



CONTROLES INTERNOS

GRI 102-29/102-30/ 103-2

A Estrutura de Gestão do Sistema de Controles Internos Mercantil do Brasil está constituída em uma unidade, centralizada na Gerência de Gestão da Estratégia, Risco Operacional e Controles Internos, subordinada à Diretoria de Riscos e Compliance (CRO – Chief Risk Office). O gerenciamento centralizado resulta em maior agilidade e assertividade na tomada de decisões.

O Sistema de Controles Internos atua identificando oportunidades e propondo a adoção de atividades e procedimentos de controles que visam adaptar os ambientes operacionais e corporativos às constantes mudanças, mitigar riscos que estejam fora do apetite estabelecido pela Alta Administração - traduzido por meio da Declaração de Apetite a Riscos (RAS) – e apoiar um processo sólido de tomada de decisões e de governança da organização. Baseado nos direcionamentos e orientações do COSO – Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, o Sistema de Controles Internos está constituído em cinco componentes inter-relacionados: Ambiente de Controle; Avaliação e Gerenciamento de Riscos; Atividades de Controle; Informação e Comunicação; e Monitoramento e Aperfeiçoamento.

No processo de monitoramento e aperfeiçoamento, realizam-se avaliações contínuas, por órgãos internos e externos, com o propósito de certificar a Instituição da presença e do funcionamento efetivo dos componentes de controles. Para monitoramento são utilizadas ferramentas que auxiliam na identificação de vulnerabilidades, tais como questionário RCSA (Risk and Control Self Assessment), base de perdas operacionais, segurança da informação no ambiente tecnológico, teste de efetividade de controles e indicadores chave de riscos. Com base nesse monitoramento, são elaborados os Relatórios do Sistema de Controles Internos, avaliados pela Alta Administração e por órgãos supervisores. Caso sejam percebidas vulnerabilidades no sistema, recomendações são feitas para um aperfeiçoamento da gestão no Mercantil do Brasil, buscando-se, sempre, o apoio da Alta Administração para aquilo que é mais crítico à Instituição.

GRI 102-33

De forma complementar, é importante ressaltar outros macroprocessos que permeiam a gestão do Sistema de Controles Internos, tais como: a adoção de medidas preventivas de fraudes externas e internas; participação na avaliação de produtos e serviços; e o report dos resultados da gestão no Comitê de Compliance e Controles Internos (CCCI), estrutura fundamental para esse monitoramento e aperfeiçoamento. O CCCI visa assegurar, no âmbito da Instituição, a adoção e o fomento de estratégias, políticas e medidas voltadas à promoção da cultura de controles internos e conformidade com normas aplicáveis, sendo composto por membros de diversas áreas de negócios, controles e auditoria. Com o objetivo de aumentar a qualidade das discussões e, conseqüentemente, dos controles, as ações classificadas com alta relevância e impacto ao negócio são levadas ao Comitê. As diretrizes e os procedimentos do Sistema de Controles Internos do Mercantil do Brasil estão formalizados na Política Institucional do Sistema de Controles Internos, aprovada pelo Conselho de Administração, com revisão em periodicidade mínima anual. Por fim, como forma de aculturação a todos colaboradores, a Instituição conta com Manual de Procedimentos contendo as boas práticas de controles internos.



ÉTICA SEMPRE

O MERCANTIL POSSUI UMA AMPLA ESTRUTURA DE NORMAS INTERNAS E FERRAMENTAS QUE VISAM GARANTIR UMA ATUAÇÃO RESPONSÁVEL DE TODOS OS SEUS STAKEHOLDERS, COM INTEGRIDADE E TRANSPARÊNCIA. POR ISSO, UM DOS VALORES DO MERCANTIL DO BRASIL É A "ÉTICA SEMPRE".



GRI 102-16

O Código de Ética do MB consiste em guia prático de conduta pessoal e profissional, utilizado por todos os colaboradores em suas interações e decisões diárias, legitimando as políticas e normas estabelecidas pela Instituição.

Destaca-se que este Código é aplicado pelo Grupo Mercantil do Brasil a todos os seus colaboradores (administradores, empregados e estagiários, independentemente de cargo ou função exercidos) e Terceiros (acionistas, investidores, fornecedores, prestadores de serviços e parceiros – agentes intermediários e associados, donatários, patrocinados, dentre outros). Reforçando o compromisso com as diretrizes estabelecidas, todos os colaboradores, logo após o início de suas atividades junto ao Grupo Mercantil do Brasil, devem assinar o Termo de Conhecimento acerca da leitura do Código de Ética. Além disso, treinamentos são realizados a cada revisão do documento, disponível nos canais corporativos interno e externo.

Políticas de Prevenção à Corrupção e à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo

A **Política Institucional de Prevenção à Corrupção** tem como principal objetivo reafirmar o compromisso do MB com as determinações legais e com as melhores práticas de mercado, bem como prevenir a corrupção, fraudes e a ocorrência de outros Atos Lesivos à Administração Pública, assegurando a integridade da Instituição e seus representantes em qualquer interação com seus públicos de relacionamento. Além disso, visa garantir que todos os stakeholders pautem sua atuação em elevados padrões éticos e de integridade, contemplando regras de conduta, diretrizes, controles e procedimentos relacionados ao tema.

GRI 205-2

Como instrumentos de apoio a essa política, destacam-se:

- **Cartilha de Prevenção à Corrupção:** apresenta orientações a todo colaborador que fizer contato com agentes públicos em nome do Mercantil do Brasil, de forma a reafirmar o compromisso da Instituição com as melhores práticas de mercado e a promoção da efetiva prevenção de quaisquer Atos Lesivos à Administração Pública. Essa cartilha está disponível nos canais institucionais, inclusive no site;
- **Treinamento de Prevenção à Corrupção:** visa o acultramento e a fixação dos princípios éticos institucionais e de prevenção à prática de corrupção, fraudes e outros atos lesivos à Administração Pública em toda a organização, sendo em formato on-line e obrigatório. O treinamento é ofertado para todos os colaboradores e já foi realizado por 97% do time MB.

A Política Institucional de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo tem como objetivo principal a formalização de preceitos e padrões de conduta que reduzam os riscos de lavagem de dinheiro, de imagem, legal e reputacional, bem como contribuir com a atuação das autoridades na investigação diante de indícios ou suspeitas da prática de tais atos.

Esses documentos são revisados anualmente, visando a aderência às legislações vigentes, às condições de mercado, bem como às novas estratégias da Instituição. Para garantia do atendimento e aculturação acerca de suas diretrizes e regras, são realizados treinamentos e comunicações periódicas sobre os temas. O treinamento de prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo é ofertado dentro da Academia Mercantil a todos os colaboradores e já foi realizado por 99% deles.

GRI 102-17

Canais de Denúncias

Visando assegurar a comunicação tempestiva e adequada de eventos que infrinjam as normas internas, os princípios e valores da Instituição, o Mercantil do Brasil dispõe de Canais de Denúncias instituídos e amplamente divulgados a toda a organização e ao mercado, com garantia de anonimato. Trata-se de canais sigilosos, de fornecedores externos, funcionando 24h por dia, 7 dias por semana. A totalidade das denúncias recebidas por meio dos Canais, de qualquer das formas discriminadas abaixo, é direcionada ao Comitê de Condutas Éticas, que coordena a execução de processos investigativos e a implementação de planos de ação, quando necessário.

- I Denúncias feitas através do número de Telefone 0800.601.8653, que contará com atendimento pessoal terceirizado;
- II Denúncias feitas através do endereço eletrônico da empresa prestadora do serviço de Canal de Denúncias para o Grupo Mercantil do Brasil: www.contatoseguro.com.br/mercantildobrasil;
- III Denúncias feitas através do aplicativo para Smartphones/Tablets da empresa prestadora do serviço de Canal de Denúncias para o Grupo Mercantil do Brasil (aplicativo “Contato Seguro”).



GRI 102-17

Além dos Canais de Denúncias, o Mercantil do Brasil também possui outros canais para atendimento, como o SAC e a Ouvidoria, que recebem manifestações de sugestões, reclamações, cancelamentos e dúvidas, sendo estabelecidos fluxos para tratamento de denúncias que possam vir a ser registradas nesses canais, observando as alçadas e os conflitos de interesses existentes. Qualquer membro da Alta Administração, colaborador ou terceiro que comprovadamente viole o estabelecido em normas externas e em normas internas do Mercantil do Brasil estará sujeito a medidas disciplinares, que variam conforme a severidade da infração cometida. Para colaboradores, é aplicada a Política de Gestão de Consequências, detalhada a seguir. Já para terceiros, são aplicadas medidas e sanções (incluindo a rescisão contratual), formalizadas nos seguintes documentos:

- Gestão Corporativa de Contratos com Responsabilidade Solidária Trabalhista;
- Ato Normativo e Manual de Procedimento de Gestão de Terceiros Relevantes;
- Contratos, conforme cláusulas referentes às obrigações contidas no Código de Ética, na Política Institucional de Prevenção à Corrupção, bem como demais diretrizes de compliance.

Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários

A Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários formaliza e consolida as diretrizes, os objetivos estratégicos e os valores organizacionais a serem considerados na condução das operações junto a clientes e usuários, visando 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. Essa Política é aplicável aos colaboradores e prestadores de serviços, que devem pautar sua atuação de acordo com o propósito e os valores do Mercantil do Brasil, em busca da convergência dos interesses de clientes e usuários, norteando a condução de suas atividades com observância dos preceitos de ética, responsabilidade, transparência e diligência, bem como dos compromissos listados no Código de Condutas Éticas da Instituição.

Destacam-se os seguintes elementos de suporte à gestão do relacionamento com clientes e usuários:

- Cultura Organizacional;
- Gestão dos canais de atendimento;
- Adequação de Produtos e Serviços;
- Públicos Vulneráveis;
- Capacitação de colaboradores;
- Sistemas de Metas e Incentivos.

Vale ressaltar ainda que essa política é complementada por um Manual de Procedimentos, cujo objetivo é instituir e detalhar as diretrizes a serem observadas na conduta ética para a comercialização do Pacote de Serviços.



Política de Gestão de Consequências:

Aplicável aos colaboradores da Instituição, a Política de Gestão de Consequências tem por objetivo estabelecer os critérios que assegurem os padrões de ética e conduta definidos pelo MB em seu Código de Ética e em demais políticas e regras internas, e garantir que esses padrões sejam praticados por todos e monitorados por meio de metodologias de gestão e canais de suporte. Nesta política, estão descritas as medidas disciplinares aplicáveis caso haja violação de alguma das normas da Instituição.

Relacionamento com Terceiros

O Mercantil do Brasil utiliza critérios formais, imparciais e transparentes na seleção, contratação e avaliação e supervisão de terceiros, considerando sempre as necessidades das empresas do Grupo e não os interesses individuais, a qualidade dos serviços prestados, a reputação, a compatibilidade dos padrões de comportamento dos terceiros com os princípios institucionais e o cumprimento das leis vigentes.

As diligências na contratação e, conforme o caso, supervisão de terceiros são realizadas a fim de garantir a adequada idoneidade de toda e qualquer pessoa – física ou jurídica – contratada ou parceira do Mercantil do Brasil, com o objetivo de resguardar o ambiente ético institucional. Para isso, o MB dispõe dos seguintes elementos:

- Avaliação de Compliance para identificar potenciais riscos de exposição à corrupção, inconformidades, lavagem de dinheiro e financiamento de terrorismo, previamente ao início do relacionamento em relação a fornecedores, prestadores de serviço e parceiros do MB (terceiros), além de clientes, conforme risco envolvido;
- Atendimento e realização de diligências de bancos correspondentes, parceiros, dentre outros (nacionais ou internacionais), a partir do início de relacionamento e/ou de atualizações cadastrais;
- Cláusulas contratuais submetendo os terceiros contratados às obrigações presentes no Código de Ética, na Política Institucional de Prevenção à Corrupção, bem como demais diretrizes de compliance;
- Procedimentos de Gestão Corporativa de Contratos com Responsabilidade Solidária Trabalhista e Gestão de Terceiros Relevantes. No que tange a gestão de terceiros relevantes, todo o processo de gestão é direcionado pelo risco envolvido na atividade contemplando a segmentação por meio da classificação dos terceiros com base em risco, contratação, monitoramento, gerenciamento e desligamento;
- Recente centralização da gestão do processo de aquisição de produtos e serviços no Grupo Mercantil do Brasil, mitigando riscos e garantindo mais transparência no relacionamento com terceiros (fornecedores, prestadores de serviço e parceiros).



GRI 418-1

Risco cibernético e segurança da informação

A Instituição atua continuamente na gestão do risco cibernético, uma vez que, os órgãos reguladores estão cada vez mais atentos à esta necessidade. Dentre as regulações vigentes estamos aderentes às instruções nº 612 da Comissão de valores monetários e Resolução 4.658 do Banco Central, cujas exigências estão relacionadas à prontidão de resposta para incidentes cibernéticos e adequação do ambiente de controle e políticas de Segurança da Informação. O Mercantil do Brasil possui em seus normativos a Política Institucional de Segurança Cibernética e da Informação que visa impedir ou minimizar os impactos e recuperar perdas de ativos da informação caso ocorra algum um incidente cibernético relevante ou perda da capacidade produtiva de seus negócios.

A Política de Continuidade de Negócios e a estruturação de controles propiciada pela Política Institucional da Segurança da Informação, estão alinhados às necessidades dos negócios com o propósito de minimizar a exposição a ameaças que comprometam a produtividade.

- **Segurança da Informação:** área responsável por assegurar a maturidade de Segurança Cibernética e da Informação da organização, através de políticas e normas a fim de garantir entre outros aspectos, a disponibilidade, integridade, confidencialidade e autenticidade das informações que são utilizadas para o cumprimento da missão organizacional. A Gerência de Segurança Cibernética e da Informação também realiza a gestão dos riscos cibernéticos por meio de um plano anual em concordância e aprovação do conselho de administração, provendo ferramentas apropriadas a esse fim com a mensuração através indicadores. As suas estratégias são desenvolvidas para evitar violações da segurança dos dados, minimizar os riscos de indisponibilidade dos nossos serviços, proteger a integridade e evitar o vazamento de informação. Para isso está baseada em processos rígidos de controle voltados para detecção, prevenção, monitoramento ininterrupto e resposta imediata a ataques e tentativas de invasões a nossa infraestrutura, garantindo, assim, a gestão do risco de segurança e a construção de um alicerce robusto para o futuro cada vez mais digital.

Sua atuação ainda permeia na condução de atributos de segurança e qualidade aos sistemas e equipamentos por meio da aplicação de metodologias de mercado, a fim de garantir elevados padrões de performance, segurança e qualidade das tecnologias e serviços utilizados.

- **Programa de implementação da lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD):** O Mercantil do Brasil, desde a publicação da Lei nº 13.709, também conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais ou LGPD, concentra esforços para estar em conformidade com a mesma, no prazo regulamentar. Por se tratar de instituição financeira, altamente regulamentada, possui um sistema de controles internos robusto que permite o atendimento aos requisitos da lei mediante o uso de sua estrutura corporativa no âmbito da segurança da informação, gestão de risco cibernético e atendimento a clientes. Possui, portanto, Política de Privacidade e Política de Segurança da Informação, conforme fornecido em tópico específico, além de sistema de segurança cibernética.

Para garantir a segurança das informações fornecidas pelos clientes, o Mercantil do Brasil dispõe de processos de segurança físicos, lógicos, técnicos e administrativos compatíveis com a sensibilidade das informações coletadas, cuja eficiência é periodicamente avaliada. No tratamento das informações coletadas utiliza de sistemas estruturados de forma a atender aos requisitos de segurança e transparência, aos padrões de boas práticas e de governança, conforme disposto na Política Corporativa de Segurança da Informação e na Política Institucional de Segurança Cibernética, documentos disponibilizados em questões anteriores.

Quando da criação da lei, foi constituído um grupo de trabalho multidisciplinar formado pelas áreas de Compliance, Jurídico, Segurança da Informação e Cibernética, TI, Marketing, Risco Operacional e Continuidade dos Negócios e Cadastro – incluindo a participação em cursos preparatórios para a LGPD e qualificação para DPO. O projeto contemplou todos os quesitos da lei, iniciando-se pelo mapeamento dos processos e sistemas que tratam dados pessoais; inventário de dados; estudo e identificação de base legal; desenho e implantação do fluxo de atendimento aos direitos dos titulares; treinamento para gestores e colaboradores, incluindo a confecção de cartilha; elaboração de políticas – aprovadas pelo Conselho de Administração e normatizadas internamente para toda a Instituição; além de definição da estrutura de governança. Com o objetivo de validar o trabalho e auxiliar no desenvolvimento e implementações de todos os requisitos da lei, identificando possíveis gaps, foi contratada a empresa de consultoria KPMG.

Ressalta-se que o Mercantil do Brasil está em processo de avaliação de ferramenta, sendo parte do plano de ação em desenvolvimento junto à KPMG para que, juntamente a outros pontos de melhoria, possamos mitigar os riscos relativos à privacidade. Informamos ainda, que até o momento a Instituição não sofreu nenhum litígio, ameaça ou investigações/fiscalizações relacionadas a privacidade, proteção de dados pessoais e/ou segurança da informação.

- **Governança de Segurança Cibernética e Incidentes:** responsável por minimizar os impactos e recuperar perdas de ativos da informação, após um incidente crítico, com base em seus processos. O acompanhamento é realizado por meio de indicadores direcionadas a estratégia da organização. As interações do tema são realizadas através de reportes específicos de risco ou em caso de acionamento do Plano de Ações de Respostas a Incidentes de Segurança Cibernética de TI com reporte ao comitê de TI e ao conselho de administração.

O processo de monitoramento e controle dos riscos cibernéticos são realizados de forma mista entre o modo automatizado e manual, com o uso de software especialista contra vazamento de informações e classificação da informação. Também são realizados “Testes de Intrusão”, com objetivo de verificar as falhas na segurança de acesso de usuários externos não autorizados à rede corporativa. A gerência de Segurança Cibernética e da Informação realiza treinamentos técnicos específicos sobre o tema, participa de encontros, fóruns, grupos de trabalho, comissões e subcomissões externas para assessorar a diretoria e o comitê executivos.

- **Programa de atendimento à Resolução no 4.658 do Banco Central do Brasil:** esse processo dispõe sobre a política de segurança cibernética e sobre os requisitos para contratação de serviços de processamento e armazenamento de dados e de computação em nuvem. O processo ainda trata do planejamento para a conscientização de funcionários. Essa atividade está sob a responsabilidade da Gerência de Segurança da Informação e Cibernética que mantém um amplo trabalho de aculturação de funcionários através de uma plataforma de treinamento a distância obrigatório sobre o tema, sendo necessário nota superior a 70% para aprovação. De forma complementar a capacitação sobre segurança cibernética e da informação os funcionários recebem cartilhas, vídeos e “Fast Tips” de alertas dos principais golpes praticados no mercado ou épocas especiais do ano. Para mensurar essas ações são realizados testes denominados como Phishing. Uma vez identificado que o funcionário está suscetível a cair em golpes virtuais, podendo assim comprometer seu trabalho ou até mesmo a empresa, este é convocado a realizar um treinamento complementar.

Os clientes da instituição recebem também informações sobre os riscos relacionados às práticas de segurança cibernética aplicadas ao sistema financeiro, onde é dada ênfase nos principais tipos de golpe aplicados nos últimos meses, o que poderá capacitá-los nas precauções a serem adotadas na utilização de produtos e serviços financeiros. O regime de Home Office foi adotado em resposta à pandemia da Covid-19 e, por conta dele, foram dedicados novos controles mitigatórios dada a eminência e possibilidade de aumento de ataques cibernéticos. Atento a estas questões, foram divulgadas dicas de segurança para uso de dispositivos e a possibilidade de infecção dos computadores, além de dicas para proteção pessoais, dentre outras ações.

- **Classificação das informações e prevenção a vazamento de dados:** responsável por estabelecer os critérios, responsabilidades e orientações para classificação e tratamento das informações corporativas produzidas por funcionários ou sistemas do Mercantil do Brasil, tanto em forma lógica (eletrônica), quanto na forma física (impressões, CDs, envelopes, dentre outros). Essa atividade é realizada com o propósito de proteger os ativos de informação da organização, de acordo com seus respectivos níveis de sensibilidade, criticidade e requisitos legais. Essa atividade hoje está sob a responsabilidade da Gerência de Segurança Cibernética e da Informação.

GRI 205-1 /102-17

- **Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo (PLDFT):** O Programa de Prevenção a Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo, no Mercantil do Brasil é constituído por 4 grandes pilares (i) Política Institucional de Prevenção a Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo; (ii) Avaliação Interna de Risco; (iii) Manuais de Procedimentos e (iv) Avaliação da Efetividade desse arcabouço. Esses pilares são compatíveis com os perfis de risco dos clientes, da Instituição, das operações, transações, produtos e serviços e dos seus funcionários, parceiros e prestadores de serviços terceirizados. O Mercantil do Brasil possui sistema de PLD que tem por objetivo monitorar a capacidade financeira dos clientes, bem como situações consideradas atípicas e que possam configurar Lavagem de Dinheiro ou Financiamento do Terrorismo, em linha com a legislação vigente sobre o tema.

Na eventualidade do sistema indicar qualquer situação atípica, a operação será averiguada de forma julgamental pela equipe de PLD, podendo ser arquivada, quando da comprovação de falso positivo, ou encaminhada para análise do gerente de relacionamento responsável. Caso a justificativa não seja suficiente e não dê o embasamento à movimentação financeira do cliente, este será classificado como “anormal”, tendo o seu dossiê submetido às alçadas de PLD/CFT, podendo chegar ao Comitê de PLD/CFT para deliberação sobre o cliente e comunicação ou não ao COAF.

- **Prevenção a Fraudes Eletrônicas, Fraudes Documentais e Soluções de Segurança:** responsável pela gestão, identificação e mitigação dos riscos de perdas financeiras buscando novas soluções e ferramentas para atuar nas necessidades de nossos clientes e expandir os negócios do Banco Mercantil do Brasil.

A atividade de prevenção é realizada por monitoramento das transações dos canais digitais disponíveis, abertura de contas, inclusive as digitais, e desenvolvimento de soluções que garantam a usabilidade e a segurança para os funcionários e clientes.

- **Gestão de Acessos e Identidade:** responsável pela gestão de acessos de funcionários e terceiros na organização, que visa impedir o uso indevido dos sistemas internos e externos de uso de clientes, empregando das técnicas que visam garantir a autenticidade por meios tecnológicos como o uso dispositivos de autenticação (Token, Biometria, MFA e outros), para funcionários e clientes. Seu trabalho ainda consiste em normatizar os níveis de autorizações em sistemas de forma a permitir o acesso necessário para o desempenho das atividades. A validação da efetividade desse processo é realizada por meio da “Certificação Anual de Acessos”, sendo direcionada os gestores de sistemas críticos.

GRI 403-1/416-1

- **Segurança Física e Patrimonial:** Responsável pela definição, implantação e conservação do conjunto de medidas para salvaguardar a integridade pessoal e patrimonial, antes, durante e depois de eventos delituosos e de sinistros. É política do Mercantil do Brasil desenvolver e estabelecer programas internos, procedimentos preventivos e operativos de segurança, para salvaguardar funcionários, clientes, visitantes, colaboradores, bens patrimoniais e ativos da Instituição. Todas as redes de atendimento, de acordo com suas características, contam com dispositivos de segurança modernos/atualizados de acordo com as melhores práticas de mercado e em conformidade com as legislações vigentes.

A política de segurança é planejada a partir de três critérios sucessivos e complementares.

Prevenir – conjunto de ações que se opõe à produção de um evento que vai contra a segurança pessoal e patrimonial; Proteger – conjunto de ações projetadas a frustrar e a neutralizar um evento em desenvolvimento; Restituir – voltar à situação ao estado de normalidade.

ÉTICA SEMPRE

GRI 102-9

Relacionamento com fornecedores

O Mercantil do Brasil busca estabelecer com os prestadores de serviços e fornecedores um relacionamento idôneo e sólido, sustentado em princípios éticos e de respeito mútuo, cumprindo os compromissos assumidos e exigindo a reciprocidade dos seus fornecedores. Tendo como um dos atributos de sua missão gerar soluções financeiras com excelência e, como diferencial no relacionamento, o Banco busca incorporar tais valores e propósitos em sua conduta com fornecedores e parceiros.

Além de impactarem diretamente nas diretrizes estratégicas da Instituição, a execução e os controles adotados para o processo de compras são escopo de diversas determinações legais, a exemplo da Lei nº 12.846/13, a Lei Anticorrupção, e a Resolução CMN nº 4.557/17, sobre gerenciamento de riscos e de capital, haja vista os riscos associados ao relacionamento com terceiros.

Para fazer parte do nosso catálogo de fornecedores, é preciso passar por um processo de homologação, sob responsabilidade da Gerência de Suporte Administrativo, que avalia a conformidade das empresas sob os pontos de vista cadastral, comercial, econômico-financeiro e socioambiental.

Buscamos nos relacionar com fornecedores de produtos, prestadores de serviços e parceiros de negócio que mantenham os padrões de comportamento compatíveis com as práticas descritas no Código de Ética da instituição, que cumpram com suas obrigações legais, trabalhistas e ambientais e sustentem boa reputação.

Sendo assim, nosso relacionamento com os fornecedores é sustentado por normas, políticas e programas internos, tais como:

- Política de Compras;
- Política Institucional de Prevenção à Corrupção;
- Política Institucional de Segurança Cibernética;
- Política Institucional de Responsabilidade Socioambiental;
- Código de Ética.



A relação dos colaboradores do Banco Mercantil com fornecedores é pautada por critérios claros e objetivos, visando a colocar em paridade todos os envolvidos em processos de seleção e contratação quanto às políticas e normas adotadas na instituição.

São responsabilidades de nossos Fornecedores:

- Respeitar as diretrizes da política do MB, exercendo suas atribuições de acordo com práticas comerciais aceitáveis com lealdade à instituição e eficácia;
- Atender as demandas estipuladas pelo Banco com o mais alto padrão de qualidade, segurança e presteza;
- Zelar pelo cumprimento absoluto da legislação aplicável à sua atividade;
- Manter registros financeiros e contábeis atualizados de acordo com as normas e requisitos fiscais e contábeis aplicáveis;
- Divulgar a seus colaboradores e administradores as diretrizes e responsabilidades da política do MB, de forma a garantir sua propagação e cumprimento integral.

RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES EM NÚMEROS:

- EMPRESAS CADASTRADAS: 1.400
- CONTRATOS ATIVOS 910
- VOLUME DE COMPRAS SUPERIOR A R\$ 413 MILHÕES

CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE

AQUI NO BANCO MERCANTIL DO BRASIL,
GENTE É O QUE MOVE A GENTE!



GRI 103-1

Nosso time é o nosso principal ativo. Os resultados que buscamos só se tornam possíveis porque temos as pessoas certas, bem capacitadas e engajadas, com brilho nos olhos e paixão pelo que fazem.

GRI 103-2

Construímos, de forma estruturada e conectada com o planejamento estratégico da organização, cada uma de nossas ações. Nossas práticas relacionadas à Pessoas estão centradas nos pilares de Atração e Seleção, Engajamento e Jornada do Colaborador, Treinamento e Desenvolvimento, Cultura, Remuneração e Carreira, Dados e People Analytics, Diversidade e Consultoria Interna.

CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE

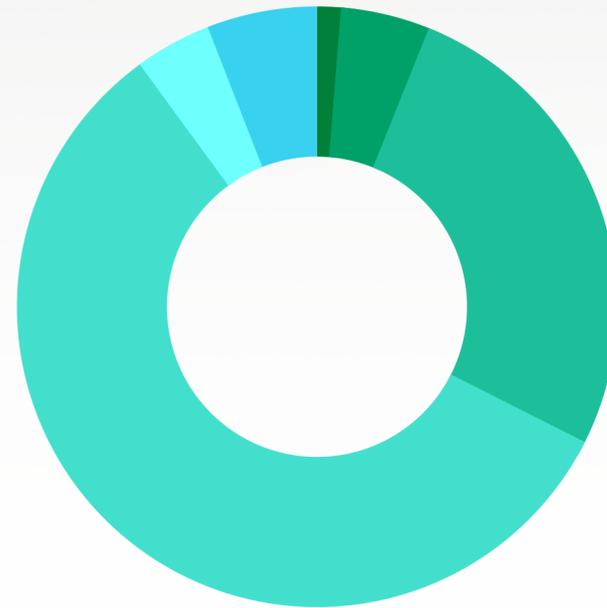


O MB encerrou 2020 com 3.052 colaboradores próprios, sendo 2.899 funcionários e 153 estagiários. Todos os 2.899 funcionários são cobertos por acordo de negociação coletiva.

A maior parte dos colaboradores estão lotados em Minas Gerais e São Paulo, mas também temos colaboradores em diversos Estados, conforme gráfico abaixo.

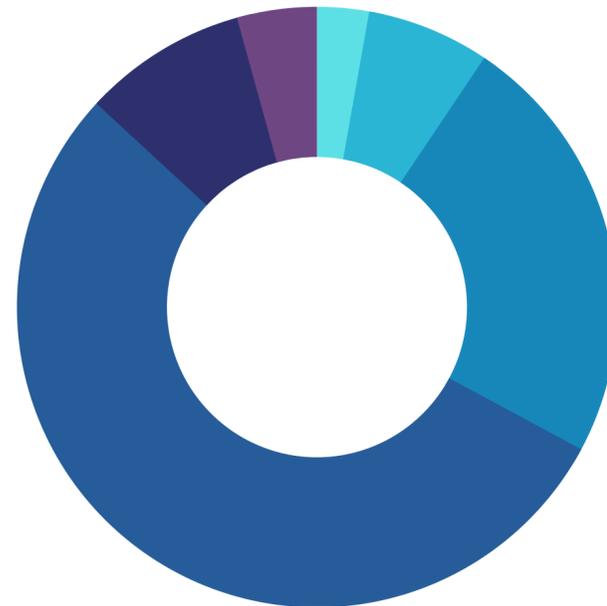
CARGOS

● Superintendente/Gerente	17
● Coordenador/Supervisor	64
● Administrativo	351
● Comercial	766
● Operacional	55
● Estagiários	79



FEMININO
1.332 • 43,64%

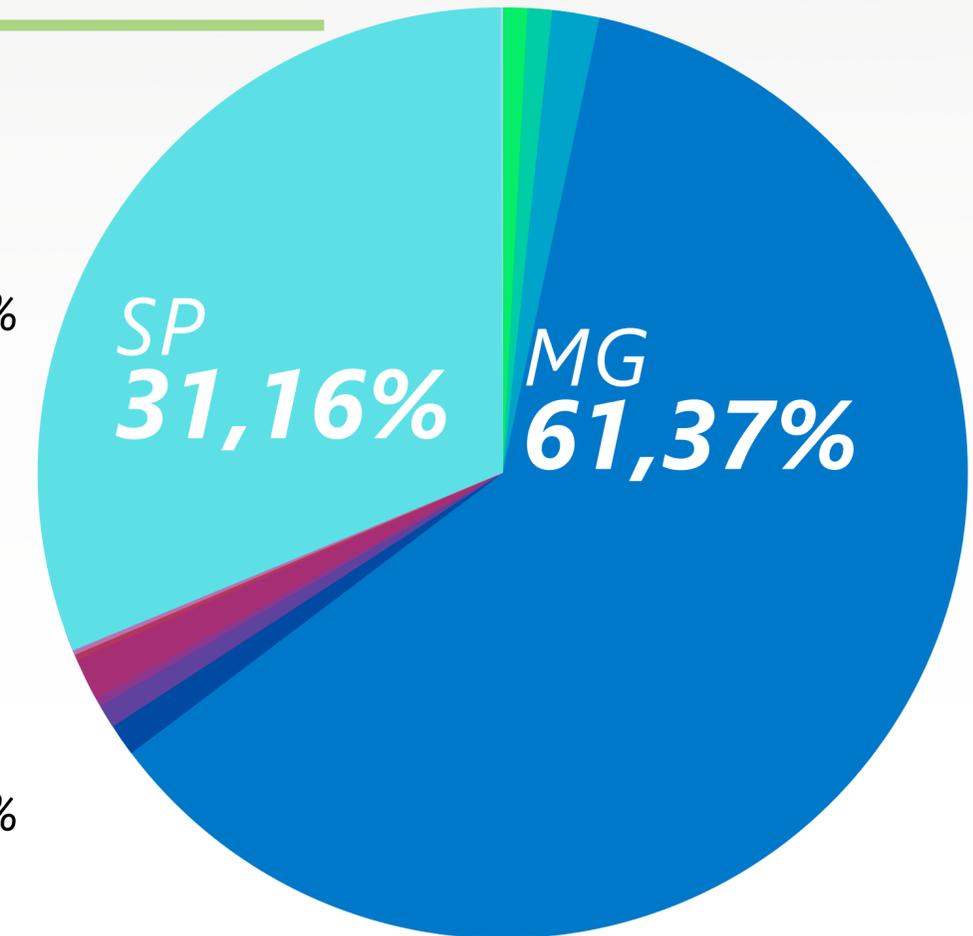
● Superintendente/Gerente	48
● Coordenador/Supervisor	114
● Administrativo	403
● Comercial	766
● Operacional	152
● Estagiários	74



MASCULINO
1.720 • 56,36%

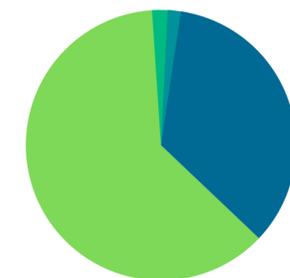
ESTADOS

BA	0,85%
DF	0,85%
GO	1,64%
MG	61,37%
MS	1,11%
MT	0,82%
PE	0,07%
PR	0,29%
RJ	1,47%
RN	0,20%
SC	0,16%
SP	31,16%



LOCAL DE TRABALHO

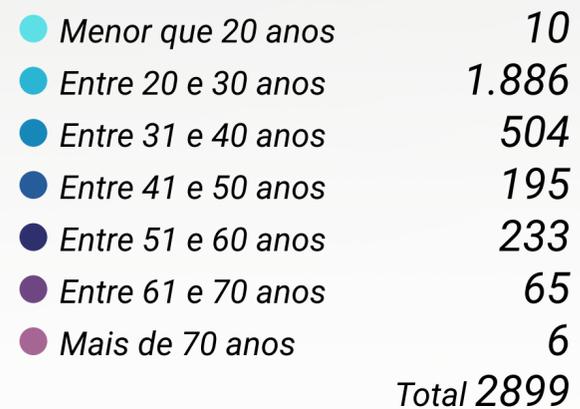
● Pontos de Atendimento	1.888
● Call Center	57
● Data Center	48
● Sede Administrativa	1.059
Total	3.052



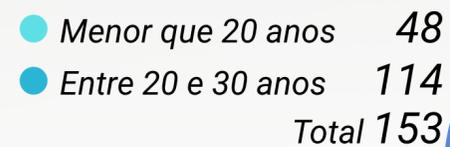
CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE

COLABORADORES PRÓPRIOS DISTRIBUÍDOS POR FAIXA ETÁRIA

FUNCIONÁRIOS

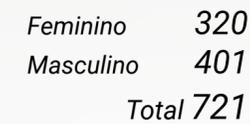


ESTÁGIÁRIOS

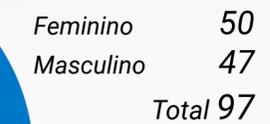


COLABORADORES ADMITIDOS EM 2020 POR GÊNERO

FUNCIONÁRIOS



ESTÁGIÁRIOS



CARGO RAZÃO SALÁRIO

Superint/Gerente	0.85
Coord/Superv	0.91
Administrativo	0.78
Comercial	0.91
Operacional	0.87

TAXA DE ROTATIVIDADE GRI 103-3/401-1

Taxa de rotatividade 2020 **24,38%**

TEMPO DE EMPRESA



CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE



GRI 103-2/405-1

Diversidade e inclusão

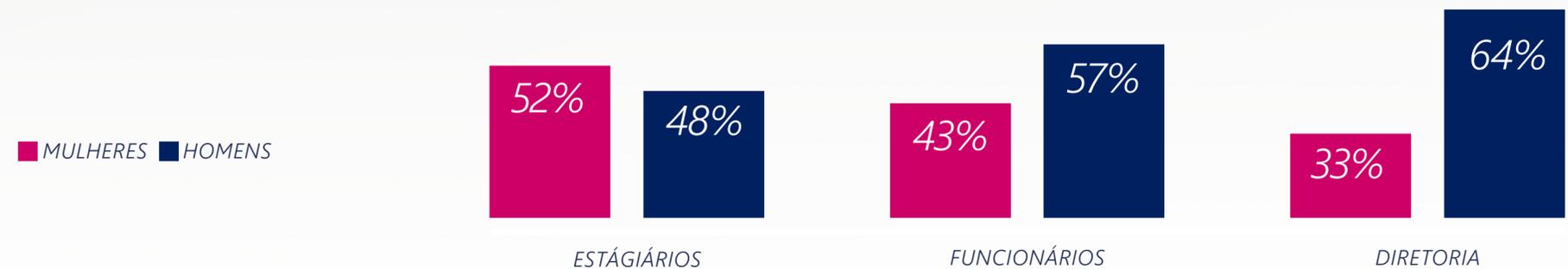
No Banco Mercantil do Brasil, **Diferenças somam**. Temos como diretriz promover a inclusão e a diversidade, e entendemos que visões diferentes rendem melhores entregas! O Banco faz questão de fomentar a heterogeneidade das nossas equipes de colaboradores, oferecendo oportunidades iguais de carreiras a todos. Hoje, 34,14% dos nossos colaboradores são negros, pardos ou indígenas e 5% são PCDs - Pessoas Com Deficiência. Além disso, quase metade da nossa força de trabalho é composta por mulheres. Seguiremos caminhando para ter e acolher um time cada vez mais múltiplo e diverso! Em 2020, colorimos nosso Instagram na campanha do Dia Internacional contra a Homofobia e a Transfobia, apoiando nossos colaboradores que lutam pela causa LGBTQI+ e reconhecendo que, embora tenhamos avançado muito, ainda temos um longo caminho pela frente nessa luta!



GRI 103-2/405-1

Mulheres

O MB reconhece a importância de elevar a participação feminina em posições de liderança e, por isso, buscamos atuar de maneira proativa para desenvolver a carreira das mulheres. Hoje, quase metade do quadro de funcionários do Banco é composto por mulheres, e nossas diretoras já compõem 33% das cadeiras estatutárias do Banco.



No MB, além dos 120 dias estabelecidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a colaboradora pode optar por aderir a mais 60 dias de licença maternidade, totalizando 180 dias. Além disso, tem direito ao auxílio-creche e babá, benefício extensivo a todos os funcionários do Banco. O benefício abrange os funcionários que possuem filhos de até 5 anos e 11 meses matriculados em instituição de creche ou regime similar e aqueles que possuam uma profissional do tipo babá.

GRI 103-2/403-6

Para conscientizar as mulheres sobre a importância de cuidar da saúde, o MB apoia a Campanha Outubro Rosa e investe na Campanha **OutubroRosaMB**. Para o Outubro Rosa MB o Banco promoveu, no dia 09/10/20, uma palestra em formato de live para colaboradores com a Elisa Resende, enfermeira graduada pela PUC Minas, sobre a importância da prevenção contra o câncer de mama e orientações sobre os exames de rotina. Na live, a enfermeira ressaltou que realizar exames de rotina como a mamografia, a ultrassonografia e também o autoexame, independentemente da idade, são essenciais para a detecção precoce do câncer e para os cuidados com a saúde. Além disso, falou sobre as principais medidas preventivas e ensinou a forma correta de se fazer o autoexame. Em 23 de outubro de 2020, o MB promoveu uma palestra pela campanha Outubro Rosa com a cofundadora da Fin4She, Carolina Cavenaghi. O tema do encontro foi o protagonismo e a carreira das mulheres no mercado financeiro. Carolina contou um pouco da sua história e pontuou a importância das mulheres construírem o seu espaço no mercado financeiro e investir na carreira profissional. Outro assunto discutido foi a necessidade das mulheres acreditarem mais em si mesmas para conquistarem o lugar que desejam.

CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE



Para o MB, Outubro não é só um mês de prevenção ao câncer de mama, mas um mês de valorização da mulher. Pensando nisso, o MB preparou um **kit especial** (com uma nécessaire, máscara de proteção e frasco de álcool em gel) para lembrar a todas as colaboradoras de se cuidarem com carinho todos os dias do ano.

Além disso, O MB sorteou exemplares do livro *A Ciranda das Mulheres Sábias: ser jovem enquanto velha, velha enquanto jovem*, de Clarissa Pinkola Estés. A autora reverencia a maturidade feminina e faz uma comovente e profunda homenagem àquelas mulheres que souberam acumular sabedoria ao longo de suas existências.



GRI 405-1

• **Recrutamento e seleção**

Buscamos profissionais que se sintam atraídos pela nossa proposta de trabalho, pelo clima organizacional e demonstrem vontade de fazer carreira na Instituição, além de ter afinidade com os Valores Organizacionais. Para atrair esses profissionais, utilizamos fontes de recrutamento condizentes com o nosso público alvo. Os meios para divulgar as vagas e captar currículos são as mídias sociais como Facebook e LinkedIn, divulgação nos principais sites de recrutamento do país, além de oferta nas grandes faculdades e universidades, participação em feiras de recrutamento, bem como as indicações dos nossos funcionários. Utilizamos ainda o Banco de Talentos no endereço mb.b.br/vagas. Nesse endereço, o candidato conhece as vagas disponíveis e seus requisitos, localidades e cargos.

Ao optar por cadastrar o currículo, o candidato é direcionado para a página do Banco da ferramenta kenoby.com com uma interface amigável e intuitiva, permitindo inserir o seu currículo com muita facilidade. Caso a vaga tenha como requisito testes de conhecimento, raciocínio lógico, inglês, comportamental, entre outros, eles são direcionados diretamente ao candidato. Contamos também com a parceria de empresas terceirizadas para recrutamento e seleção de candidatos em regiões diversas, nas quais a abrangência e qualidade do processo seletivo é melhor executada devido à proximidade da prestadora com os candidatos, que são o público-alvo.

A equipe de R&S procura atuar sempre próxima ao gestor, fornecendo feedbacks e informações dos candidatos em seleção e apoiando a decisão de contratação. A visão do negócio e o conhecimento das áreas do Banco facilitam muito a interação com as áreas e maior assertividade na identificação de candidatos adequados para cada cargo. Os gestores recebem orientações sobre como realizar entrevistas por competências, o que facilita uma visão mais assertiva do perfil do profissional que ele busca para fazer parte de sua equipe. Em 2020, o Mercantil atuou fortemente na adaptação do seu processo seletivo diante das exigências sanitárias da Covid-19, utilizando ferramentas de seleção à distância, como videoconferência e testes on-line. Evitando, desta forma, o contato presencial entre gestor e candidato, mas mantendo a qualidade nos processos de seleção.

CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE



• **Programa de Estágio**

O Programa de Estágio, implementado em 2001, é a principal fonte para identificar e desenvolver os jovens profissionais que ingressam na Instituição. Esse programa visa preparar, desenvolver e acompanhar o estagiário durante sua permanência na Empresa, bem como possibilitar a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos na instituição de ensino. O estagiário é acompanhado por um supervisor de estágio que realiza o feedback, orienta e define suas ações com foco no aprendizado efetivo. A partir de seis meses no Banco, o estagiário torna-se elegível a participar de Recrutamentos Internos. As vagas e os requisitos são divulgados em nossa intranet, a Estação MB, pela área de Talentos e Cultura que realiza todo o processo seletivo interno. Atualmente o MB possui em torno de 150 estagiários de diversas áreas (Gerenciais, Engenharias, TI, Direito e outras).

• **Pessoas com deficiência – PCD**

Desde 2005, o MB vem se preocupando com a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. Desde então, mantemos parceria com algumas empresas, para identificação de profissionais para compor as equipes de trabalho do MB. A partir de 2007, foram desenvolvidos treinamentos à distância sobre o “Atendimento a Pessoas com Deficiência” e de “Libras – Língua Brasileira de Sinais”. O primeiro treinamento está presente na trilha de formação on-line de todos os colaboradores, de modo que todos estejam alinhados para prestar um tratamento adequado a todas as pessoas. Em nossos Pontos de Atendimento, o treinamento de Libras faz parte da trilha obrigatória dos profissionais que prestam atendimento direto aos nossos clientes e 100% dos colaboradores dos pontos de atendimento realizaram o treinamento. Todas as agências foram revitalizadas para atender melhor as pessoas com deficiências, com implantação de rampas, elevadores, banheiros adequados, dentre outros. Na Administração Central, melhorias foram feitas para atender com maior qualidade as pessoas que necessitam de acessos especiais.

Os profissionais recebem um Treinamento de Integração antes de iniciarem suas atividades nas áreas para conhecerem a estrutura organizacional do Banco, modelos de gestão, produtos, estratégias, entre outros. Os gestores são orientados pela área de Talentos e Cultura sobre a inclusão desses profissionais nas áreas, contextualizando algumas possíveis limitações físicas e medidas a serem tomadas para melhorar o conforto no posto de trabalho e realizando reuniões com a equipe de sensibilização. No ano de 2020, foi firmada uma parceria com a empresa Avulta, que apoiou o Banco na seleção de novos profissionais. É uma preocupação do Banco inserir esses profissionais no ambiente de trabalho. A área de Recrutamento e Seleção (R&S) apresenta PCDs que possam contribuir com os resultados, realizando atividades que agreguem valor, nas quais a pessoa possa utilizar os seus conhecimentos, aprender e crescer internamente.

• **Vagas na área de Tecnologia da Informação**

Considerando o momento de transformação ágil e digital do Banco, no segundo semestre de 2019, a Empresa iniciou um movimento de investimento na sua estrutura de Tecnologia da Informação (TI), redesenhando as verticais de negócio que direcionam a atuação da equipe de tecnologia. Um dos passos dados pela Instituição foi a abertura de novas vagas para aumentar o time de TI, trazendo mais profissionais para somar esforços e turbinar a atuação do Banco no ambiente digital. Para atingir esse objetivo no longo prazo, a Empresa desenhou uma estratégia de marketing robusta para atrair profissionais qualificados, com anúncios em mídias diversificadas nas redes sociais, “back bus”, dentre outras; e marcou presença nos principais eventos de tecnologia de Minas Gerais. Dando continuidade ao processo de transformação digital do Banco, ao longo de 2020, foram contratados profissionais para diversas áreas da TI que corroboraram para o fortalecimento da atuação das verticais do negócio.

CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE



• Programa Jovem Aprendiz

O Programa Jovem Aprendiz é um contrato de trabalho especial de cunho social, de prazo determinado e com duração máxima de dois anos, com a possibilidade da duração variar de acordo com a entidade formadora, que é a instituição responsável pela formação técnico-profissional do aprendiz. O objetivo do programa é preparar o jovem para desempenhar atividades profissionais. As agências bancárias são as principais fonte de contratação do jovem aprendiz que executa atividades de suporte ao público, orientações para consultas em terminais eletrônicos, preparação e organização de arquivos e arquivamento de relatórios em geral. Desde 2012, temos identificado um aumento significativo de efetivação dos jovens nas agências, ou seja, os jovens são contratados para o cargo inicial da agência, o Escriturário de Agência. Por estarem na faixa etária de 18 anos e em fase de iniciar curso superior, eles geralmente fazem opções pelos cursos de graduação que são requisitos do Banco.

GRI 415-1

• Programa Descubra

O Programa de Incentivo à Aprendizagem de Minas Gerais - Descubra! -, é resultado de uma cooperação interinstitucional inédita que congrega esforços de onze órgãos e instituições federais, estaduais e municipais. O Programa tem como objetivo ampliar as oportunidades para adolescentes e jovens em condição de vulnerabilidade na participação em programas de aprendizagem e cursos de formação inicial e continuada ou qualificação profissional.

GRI 405-1

Diversidade no ambiente de trabalho

A área de Talentos e Cultura realiza as contratações necessárias para suprir as vagas em aberto sem restrição de raça, cor e sexo. A divulgação das vagas em aberto tanto para o público interno quanto para o externo está baseada nos requisitos técnicos e comportamentais necessários para suprir a demanda da área. Termos como “respeito e valorização das pessoas” e “devemos respeitar a diversidade, manter a igualdade de tratamento, com educação, cortesia e consideração”, fazem parte do nosso Código de Ética e estão no dia a dia de todos na organização. Principalmente dos gestores, que são os agentes capazes de transformar positivamente o ambiente de trabalho.

GRI 102-13

Somos membros ativos da Subcomissão de Diversidade, dirigida pela Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), para compartilhar melhores práticas e discutir ações em conjunto com outros Bancos que facilitem e contribuam na gestão de pessoas. As Subcomissões de Recrutamento e Seleção, Treinamento e Desenvolvimento e Diversidade, no ano de 2013, trabalharam ativamente na pauta sobre a inclusão de negros no segmento bancário. Nessas reuniões, diversas ações foram elencadas e implementadas pelos Bancos a fim de valorizar a diversidade identificando, mapeando, contratando e desenvolvendo essas pessoas para atuarem dentro das instituições com qualidade e profissionalismo.

CULTURA ORGANIZACIONAL E GENTE

GRI 404-3

Planejamento de Carreira e Meritocracia

O modelo de gestão de carreiras do Mercantil do Brasil foi elaborado levando em consideração a estrutura organizacional do Banco, os cargos de entrada - que são normalmente o estagiário e o escriturário - as competências e conhecimentos relevantes para cada cargo, seu sequenciamento de aprendizagem e o desenvolvimento de polivalência nos profissionais.

As trilhas de carreira explicitam o caminho natural de aprendizado a ser seguido pelos colaboradores para evoluir suas competências dentro de sua área, bem como as trajetórias alternativas de movimentação. As movimentações podem ocorrer na vertical, horizontal ou diagonal, desde que se considerem as competências e as complexidades requeridas para cada cargo. O desenho das trilhas de carreira baseia-se no agrupamento de áreas em eixos que contemplam processos de negócios similares.

A movimentação funcional dos empregados para áreas dentro de um mesmo eixo ou de eixos diferentes implica em ações de desenvolvimento ou treinamentos para aquisição de competências, caso se comprove que o profissional não possui o conhecimento exigido para o cargo.



**Great
Place
To
Work®**

GREAT PLACE TO WORK

Em 2020, o Mercantil foi eleito pela terceira vez consecutiva como umas das melhores empresas para se trabalhar em Minas Gerais pelo prêmio Great Place to Work. Além disso, pela sexta edição seguida, o Banco Mercantil está entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil e também é considerada a **6ª Melhor Instituição Financeira para Trabalhar** no Brasil!

Esses reconhecimentos reforçam que, aqui no MB, gente é o que move a gente, e que estamos alinhados com nossos valores em busca de um ambiente de trabalho cada dia melhor e que promova resultados consistentes e sustentáveis.

BENEFÍCIOS



O MB OFERECE UMA SÉRIE DE BENEFÍCIOS AOS SEUS FUNCIONÁRIOS E SEUS DEPENDENTES, CONFORME ABAIXO:



Auxílio Bolsa Educacional

O Mercantil do Brasil oferece um programa de Auxílio Bolsa Educacional por meio de um acordo coletivo celebrado anualmente entre o MB, o Sindicato dos Bancários de BH e a Confederação Nacional dos Trabalhadores no Ramo Financeiro (Contraf). O objetivo do benefício é favorecer a qualificação profissional dos funcionários, facilitando o acesso ou a manutenção em curso superior ou de pós-graduação. O programa oferece 100 bolsas, sendo 50 (cinquenta) bolsas para a primeira graduação e 50 (cinquenta) bolsas para demais graduações e especializações em que o funcionário contemplado tem direito ao reembolso de até 50% da mensalidade. Caso as bolsas não sejam preenchidas em sua totalidade, em primeira graduação ou especialização e demais graduações, as vagas abertas poderão ser ocupadas pelo excedente de outra modalidade até completar as 100 vagas oferecidas.

• Parcerias com instituições de ensino

O MB acredita que incentivar seus talentos é a melhor forma de crescer junto! Por isso firmou parceria com grandes instituições de relacionamento profissional e ensino do Brasil como a Amcham, PUC Minas, Fundação Dom Cabral, IBMEC e com a escola de idiomas English Live. Algumas das parcerias oferecem descontos e condições especiais para colaboradores, cônjuges e filhos.

GRI 403-1 403-6

• Vacinação

A Campanha de Vacinação Contra a Gripe é feita anualmente pelo Banco e atende às recomendações do Ministério da Saúde, que determina que as vacinas a serem utilizadas em todo o Hemisfério Sul protejam, obrigatoriamente, contra gripe sazonal (A/H3N2 e B) e H1N1. Todos os funcionários e estagiários, inclusive os afastados e os que estão de férias, podem participar.

• Seguro de Vida

O seguro de vida em grupo é um benefício para os funcionários do Mercantil do Brasil, com custeio integral pela Empresa. Os funcionários participam automaticamente da apólice não havendo a necessidade de adesão individual. Os participantes terão como beneficiários cadastrados os dependentes legais.

GRI 404-2

• **Requalificação Profissional**

O funcionário dispensado sem justa causa tem o direito a um reembolso para requalificação profissional a ser utilizado em cursos, ministrados por empresa, entidade de ensino ou entidade sindical profissional.

GRI 403-1 403-6

• **Plano Odontológico**

O MB oferece aos seus colaboradores a opção de Plano Odontológico. Estão elegíveis a participar do plano todos os funcionários, cônjuges, companheiros (as) e filhos até 18 anos de idade. O Banco custeia integralmente o plano odontológico de filhos até 18 anos.

GRI 403-1 403-6

• **Plano de Saúde**

O Mercantil do Brasil oferece o plano de saúde aos seus funcionários e dependentes (cônjuges e filhos de até 24 anos). A modalidade é o plano com coparticipação. O MB custeia para todos os funcionários e seus filhos até 18 anos a mensalidade do plano na opção de enfermaria e é possível optar por apartamento.

GRI 403-1 403-6

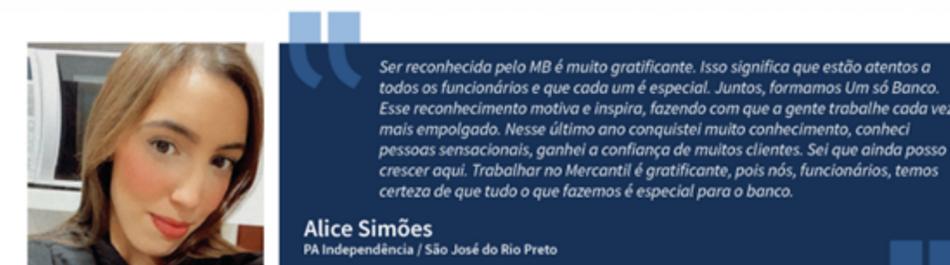
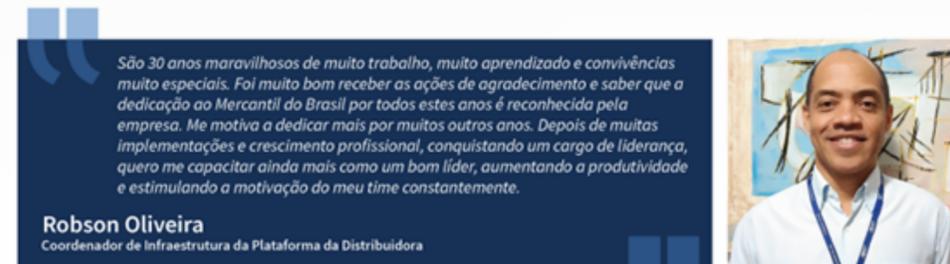
• **Gympass**

Em momento tão delicado como o atual em que estamos cumprindo as recomendações para a prevenção do coronavírus, não podíamos deixar de cuidar da saúde física e mental dos nossos colaboradores. Por isso, o MB iniciou sua parceria com o Gympass, uma plataforma que dá acesso a academias físicas de todo o país e disponibiliza várias outras modalidades para se exercitar ou cuidar da mente sem sair de casa.

GRI 404-3

• **Reconhecimento por Tempo de Dedicção**

Todas as pessoas que fazem parte do nosso time são muito importantes! Em 2020 iniciamos o Programa de Reconhecimento por Tempo de Dedicção. Nosso objetivo é mostrar que quem chega faz a diferença e quem está aqui há anos, dedicando sua vida ao MB, é para nós, um tesouro. O tempo é nosso bem mais precioso e, por isso, homenageamos carinhosamente todos aqueles que doam seu tempo à construção de um Banco cada dia melhor. Em 2020, mais de 800 colaboradores foram homenageados através do programa.



TREINAMENTO



Treinamento

Em 2020, grande parte das nossas ações de Treinamento e Desenvolvimento aconteceu de forma remota. Para isso existe a Academia Mercantil, plataforma de e-learning, onde temos amplo conteúdo disponível para desenvolvimento contínuo de habilidades técnicas, comportamentais e de liderança. Na Academia, todos os funcionários e estagiários possuem trajetórias específicas de aprendizado conforme o cargo e a área, visando o melhor desempenho e atuação profissional.

GRI 404-3

Foram registradas 84.211 horas de treinamento total, sendo 3.576 horas presenciais e 80.635 horas à distância, com a participação média da ordem de 26,8 horas de treinamento por funcionário.

Foram lançados 16 cursos à distância. Aprimoramos nosso treinamento de Ergonomia e Qualidade de Vida, acrescentando vídeos práticos e artigos produzidos por um profissional Educador Físico, com o objetivo de promover maior qualidade de vida no dia a dia de nossos colaboradores. Para fortalecer o autodesenvolvimento, publicamos na Academia Mercantil os treinamentos: “Reskilling: Aprendendo a Aprender”, “Pensamento Lean”, “Tudo que você sempre quis saber sobre tecnologia”. Uma inovação nos cursos disponibilizados foram os módulos de Pós-Graduação on-line da PUCRS, instituição de renome e tradição nessa modalidade de ensino. Publicamos os módulos “Criatividade e Disrupção”, “Finanças Comportamentais”, “Liderança: Como Inspirar e Influenciar Positivamente”, “Oficina de Vendas: planejamento estratégico, de estrutura e ações de venda”. Caso o colaborador faça um dos módulos disponíveis e se interesse em procurar a Instituição para realização do curso completo, ele elimina os créditos dos módulos realizados. Uma oportunidade de realizar uma “degustação” do programa antes de tomar a decisão de se matricular no curso.

Atentos aos cuidados que o cenário da pandemia da Covid-19 exige não só na preservação de sua saúde, com publicações diárias de boletins com orientações, mas também disponibilizamos treinamentos que os preparassem para novas rotinas, como por exemplo, o home office. São eles: “Express- Planejamento do tempo”, “Como liderar equipes em trabalho remoto”, “Trabalho Remoto - Como se manter produtivo e gerir o tempo” e “Ergonomia - Home Office”. Aprimorando nosso portfólio de produtos e preparação das equipes para atendimento aos nossos clientes, foram publicados os treinamentos: “Seguro Lar Protegido”, “LGPD”, “Comunicação Digital por SMS”, “Pix” e “Empréstimo Benefícios Antecipado”.

Aliamos a esses treinamentos uma cuidadosa curadoria a de conteúdos gratuitos dos mais diversos segmentos no formato de cursos e webinars. Instituições como Harvard University, HSM, Universidade de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, SENAC, Centro Paula Souza, Perestroika, AMCHAM, dentre outras, foram indicadas possibilitando aos colaboradores se qualificarem e aprimorarem seus conhecimentos nas áreas de seu interesse, aproveitando o período de isolamento para investirem seu tempo em qualificação.

FORAM REGISTRADAS 84.211 HORAS DE TREINAMENTO TOTAL, SENDO 3.576 HORAS PRESENCIAIS E 80.635 HORAS À DISTÂNCIA, COM A PARTICIPAÇÃO MÉDIA DA ORDEM DE 26,8 HORAS DE TREINAMENTO POR FUNCIONÁRIO.

TREINAMENTO



Com a suspensão dos treinamentos presenciais, nos adaptamos rapidamente para manter nossas equipes treinadas e qualificadas. Ajustamos o formato dos nossos treinamentos presenciais para o formato on-line e agregamos diferentes metodologias e modelos de aprendizagem condizentes a esse formato. Realizamos turmas mensais do treinamento “Eficiência no Atendimento ao Cliente”, com foco nos escriturários de agência, com objetivo de treinar e desenvolver os conhecimentos sobre os produtos e processos do MB, e também o aperfeiçoamento do atendimento ao cliente e o Programa de Integração de funcionários, realizado com o objetivo de alinhar os novos colaboradores da Administração Central à nossa cultura e estratégia.

Para as lideranças do nível gerencial, destacam-se os treinamentos “Liderança Inspiradora”, “Liderança Transformadora” e o módulo de “Mentoria – Projeto Aplicativo, realizada em parceria com a empresa Jazzer”.

Para o nível de coordenação, destaca-se o “Café com MB”, realizado em parceria com a empresa “Árvore”. O programa teve o formato on-line, com encontros semanais, e contou com a presença do nosso vice-presidente e diretores executivos. De forma simples e próxima, a cada semana um dos diretores falava sobre um de nossos valores. São eles: Vivemos o Cliente, Brilho nos Olhos, Resultado Consistente é Resultado Sustentável, Gente é o que Move a Gente, Diferenças Somam.

Entendemos que a capacitação contínua do nosso time garante mais que excelência técnica; é um estímulo ao Brilho nos olhos, nossa marca registrada e presente num time que segue, dia a dia, superando desafios e inspirando pelo exemplo.

GRI 407-1

Sindicato

A Gerência de Capital Humano coordena o relacionamento com o movimento sindical, através de um canal aberto e de permanente diálogo. Os assuntos encaminhados pelas entidades sindicais são tratados com toda a atenção devida, sempre primando pela diligência ética, cortesia e bom senso. Nossos colaboradores têm ampla liberdade de associação e participam de negociações coletivas através das assembleias organizadas pelas entidades. Atualmente, 1/3 do quadro de colaboradores são sindicalizados. O Mercantil do Brasil não se opõe a liberdade de associação dos seus colaboradores, que têm ampla liberdade de fazê-la.



ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



GRI 102-12 /102-15

Buscamos nos relacionar com parceiros com atuação responsável, voltada para o desenvolvimento da sociedade e a preservação do meio ambiente. Dispomos de uma **Política de Responsabilidade Socioambiental** com diretrizes bem definidas, que oficializa o nosso compromisso com os impactos socioambientais a que estamos sujeitos.

GRI 102-32/ 103-1/103-2

Política de Responsabilidade Socioambiental

Visando as melhores práticas de mercado, o Mercantil do Brasil possui uma Política de Responsabilidade Socioambiental, aprovada pelo Conselho de Administração e pela Diretoria da Instituição. Essa Política orienta a continuidade dos processos de gerenciamento dos impactos socioambientais das atividades da empresa, considerando os seguintes aspectos: a gestão adequada de resíduos; o mapeamento e estudo contínuo de oportunidades que possam contribuir com a eficiência no consumo de energia e recursos naturais da empresa; a adoção de critérios socioambientais na concessão, análise e gestão do crédito, por exemplo; combate a questões relacionadas ao trabalho análogo a escravo, infantil e à exploração sexual; e na implantação de um processo de avaliação de fornecedores e prestadores de serviços.

GRI 102-31/103-2

No contexto da Política referenciada, estão previstas ações de gestão integrada que abordam diretrizes sobre a estrutura de governança direcionada às questões socioambientais e a avaliação e gestão de risco socioambiental envolvidos em suas atividades e processos. A coordenação das ações, bem como a responsabilidade sobre a gestão do risco socioambiental, cabe à Gerência de Riscos Financeiros e Gestão de Capital, subordinada à Diretoria de Riscos e Compliance.

Entre os procedimentos para identificação, avaliação e mitigação dos riscos socioambientais, o Mercantil do Brasil prevê em sua política a atribuição aos seus clientes de Classificação de Exposição Socioambiental de acordo com o potencial de dano socioambiental apresentado pelo ramo de atividade econômica exercida. Aqueles clientes que apresentam alta exposição passam a ser tratados apenas em alçadas de decisão colegiada, garantindo assim, a adequada deliberação sobre a tomada de riscos. Ademais, o Mercantil do Brasil contempla em seu Manual de Crédito um grupo de atividades não financiadas devido ao seu caráter nocivo à sociedade, incluindo empresas cuja atividade incentive a exploração sexual.

GRI 409-1

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



GRI 409-1

O Mercantil do Brasil atribui também restritivo Alerta Trabalhista às pessoas que tiveram sentença transitada em julgado em função da submissão de trabalhadores em regimes de trabalho análogos à escravidão, conforme informações disponibilizadas pela Secretaria de Inspeção do Trabalho do Governo Federal. Já o restritivo Alerta Ambiental é atribuído às pessoas as quais são consideradas responsáveis pela recuperação de áreas contaminadas ou degradadas nos estados de Minas Gerais e São Paulo, bem como aos proprietários de áreas embargadas pelo IBAMA. Por fim, o Mercantil do Brasil monitora ainda a lista de Pessoas Expostas na Mídia (PEM), cujos nomes estejam atrelados direta ou indiretamente aos delitos captados através da lista restritiva do fornecedor externo, incluindo crime ambiental, exploração sexual, submissão de trabalhadores a condições de trabalho análogas às de escravo e exploração de trabalho infantil.

O Mercantil do Brasil conta com termos de responsabilidade e cláusulas contratuais as quais garantem que todas as partes interessadas estejam cientes da Política Institucional de Responsabilidade Socioambiental da instituição. As ações adotadas permitem não somente a mitigação do risco socioambiental, como também a garantia de que o Mercantil do Brasil contribui para a construção de uma rede de relações com maior justiça social.

Fornecedores

GRI 308-1

A sustentabilidade é um critério importante para escolha e manutenção de nossos fornecedores, pois os reconhecemos como fator significativo nas operações do banco. Assim, em todas as relações estabelecidas buscamos prevenir e minimizar os impactos das atividades realizadas, por meio da sensibilização ambiental. Além disso, realizamos processo de homologação para aderência de fornecedores às suas práticas socioambientais, no qual todas as novas modalidades de operações sujeitas ao risco socioambiental são avaliadas previamente, visando a análise do risco envolvido e a definição de possíveis controles a serem adotados. Fornecedores contratados pelo Mercantil do Brasil deverão ser avaliados com base na aderência à legislação trabalhista e ambiental, em conjunto com a análise econômico-financeira. Os contratos firmados pelo banco deverão contar com termo de responsabilidade e cláusulas contratuais que garantam a aderência de todos os clientes e fornecedores aos princípios de responsabilidade socioambiental. A efetivação do comprometimento dos fornecedores homologados é acompanhada nos processos de compras e durante a prestação de seus serviços.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



GRI FS14 102-6

Mercados atendidos e Bancarização

O acesso aos serviços financeiros é um passo crucial para a inclusão social, para o combate à desigualdade e para o crescimento da economia de um país. Embora o Brasil seja um país considerado com alto percentual de bancarização, segundo o Banco Central, ainda estamos longe da meta de incluir toda a população no sistema financeiro. De acordo com dados do Banco Mundial (Global Findex 2017), no mundo, 69% dos adultos têm contas em instituições financeiras, mas esse número chega perto de 100% em países como Estados Unidos, Reino Unido e Austrália.

No último ano houve um crescimento acelerado de pessoas que iniciaram relacionamento com instituições financeiras devido à pandemia. Dados do Bacen apontam que 9,8 milhões de pessoas iniciaram relacionamento com uma instituição financeira de março de 2020 até o início de 2021. Um número formidável, mas que ainda deixa de fora do sistema financeiro cerca de 36 milhões de brasileiros. Segundo uma pesquisa do Instituto Locomotiva, publicada na Revista Época Negócios, em 2019, essas pessoas mesmo sem qualquer relação com os bancos movimentaram mais de R\$ 800 bilhões por ano.

O MB acredita no potencial da bancarização para inclusão social e o crescimento econômico. Desde que conquistou o leilão do INSS em 2010, para pagamento de benefício aos aposentados e pensionistas do INSS, investe cada vez mais na bancarização do público C, D, E com a abertura de novos pontos de atendimento físicos nas cidades onde atua - em Minas Gerais, interior de São Paulo, Bahia, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás - com a criação de produtos e serviços customizados para atender a necessidade dos clientes e com a ampliação de seus canais de atendimento eletrônico, para facilitar e agilizar o relacionamento dos clientes com o Banco.

Em muitos casos, os beneficiários que chegam ao Mercantil para receber o primeiro benefício nunca tiveram contato com instituições financeiras até se aposentarem. Por isso, quando chegam ao banco para receber o primeiro benefício são acolhidos por profissionais treinados para prestar o melhor atendimento a esses clientes, de acordo com suas necessidades e anseios.

Para atender esse público, o MB disponibiliza conta corrente, cartão de crédito e de débito, linhas de crédito, linhas de investimento, seguros, pacotes de serviços, caixas eletrônicos com atendentes para auxiliar nas transações, aplicativo, internet ranking e diversos outros produtos e serviços.

GRI 102-6

Mercados atendidos e Bancarização

Além dos beneficiários do INSS, o MB continua atendendo clientes dos segmentos PF e PJ, disponibilizando produtos, serviços e recursos tecnológicos para encantar e facilitar o relacionamento dos clientes com o Banco. Temos o compromisso de oferecer/desenvolver os melhores produtos e serviços para nossos clientes e também de proporcionar a eles acesso à educação financeira - outro passo importante da bancarização - por meio do programa MB Educação Financeira, que atua diretamente com os clientes de todos os segmentos por meio da criação e distribuição gratuita de conteúdo para nossos clientes.

• Educação Ambiental

Por meio do programa MB Consciente Ambiental, desde 2009, promovemos a educação ambiental junto aos colaboradores, com treinamento adequado, para relação com os fornecedores. O programa visa práticas de sustentabilidade, como a comunicação sistemática de conceitos e normas socioambientais – interna e externamente – e valorização das iniciativas voluntárias. Dessa forma, iniciativas de responsabilidade socioambiental corporativa, voltadas para os seus diferentes públicos de relacionamento, dão efetividade às relações com terceiros.

Gestão Ambiental

GRI 103-2

A Gestão Ambiental do MB é feita por meio de ações e projetos que visam o consumo consciente dos recursos naturais, bem como à gestão de resíduos gerados pelas atividades da empresa. O Programa MB Consciente Ambiental, tem o objetivo de prevenir e minimizar os impactos das atividades da empresa, por meio da gestão de resíduos e do engajamento de seus funcionários em torno do consumo consciente dos recursos naturais e do descarte adequado de resíduos. Visando colaborar com a redução da emissão de gases que destroem a camada de ozônio, o Banco vem trocando seus equipamentos de ar condicionado, substituindo os equipamentos que utilizam gás R22 pelos que utilizam gás R410a, que não contribui para o enfraquecimento da camada de ozônio.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



Energia elétrica

Em 2020, a redução do consumo de energia na Sede Administrativa do Banco ocorreu principalmente em virtude da pandemia, período em que foi adotado o regime de home office para a maior parte dos funcionários. Além disso, algumas modificações como substituição de lâmpadas fluorescentes por lâmpadas de LED, por exemplo, colaboraram para a racionalização e redução do consumo.

GRI 103-3

Em 2020, tivemos uma redução de **233.941 KWh** comparado ao ano de 2019. Os dados foram coletados através do monitoramento das contas de consumo mensais da Sede Administrativa.

Água

GRI 303-5

A redução do consumo de água na Sede Administrativa do Banco ocorrida em 2020, deve-se principalmente a pandemia, mas também a constante conscientização dos funcionários em relação ao consumo sustentável e algumas alterações efetuadas visando a redução do consumo, como a utilização de arejadores em todas as torneiras, o que reduz em **57%** o fluxo de água, e a implementação de uma rotina de regulagem das válvulas de descarga.

GRI 103-3

Em 2020, o volume total de água consumida na Sede Administrativa foi de **5.322 m³**. Em comparação ao ano anterior esse total apresentou redução de **42,4%**. Os dados foram coletados através do monitoramento das contas de consumo mensais da Sede Administrativa.

GRI 302-3; 302-4; 305-2

Energia limpa

Em julho de 2018 o Mercantil prevê utilizar energia 100% renovável proveniente das CGHs.. Em resumo, as CGHs constituem-se de gerações de energia livre de emissão de CO₂, de fontes renováveis, de impacto ambiental nulo e com geração de benefícios sociais para as suas respectivas localidades. Anteriormente à adesão, a energia do Mercantil era obtida diretamente do Sistema Integrado Nacional (SIN). De acordo com dados do Balanço Energético Nacional (EPE, 2020), a matriz energética do SIN é composta **16%** por energias não renováveis (gás natural, carvão, vapor, óleo diesel e urânio) e **84%** por energias renováveis (eólica, solar e hidráulica). Com a substituição da fonte de energia do SIN para as CGHs o benefício ambiental mais relevante verificado pelo Mercantil foi a forte redução na emissão do gás dióxido de carbono (CO₂) na atmosfera. A poluição atmosférica causada pela emissão de CO₂, além de apresentar questões de aquecimento ambiental, gera impactos à saúde humana e eliminação de espécies de flora e fauna global

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



A tabela 1 apresenta os valores de economia mensal de emissão de CO2 (em kg) realizado pelo Banco Mercantil a partir de julho/2018:

REDUÇÃO MENSAL DE EMISSÃO DE CO2 (EM KG) - BANCO MERCANTIL			
MÊS/ANO	2018	2019	2020
JAN	N/A	58.770	58.770
FEV	N/A	68.130	68.130
MAR	N/A	59.400	59.400
ABR	N/A	60.030	60.030
MAI	N/A	57.060	57.060
JUN	N/A	53.100	53.100
JUL	42.856	43.830	43.830
AGO	43.648	44.640	44.640
SET	48.136	49.230	49.230
OUT	54.032	55.260	55.260
NOV	62.128	63.540	63.540
DEZ	58.256	59.580	59.580
TOTAL (KG)	309.056	672.570	672.570

Total Geral (KG) 1.654.196

GRI 103-3

Em resumo, no período de julho de 2018 a dezembro de 2020 o Banco Mercantil reduziu o total de 1.654.196 Kg, ou 1.654 toneladas de emissão de CO² na atmosfera.

Fazendo comparações em relação ao CO² não emitido e levando em consideração os estudos de Brito & Tavares (2016), que concluem que o brasileiro emite, em média, um total de 1.701,5 CO² por ano em sua vida cotidiana, considerando consumo de energia elétrica, gás, transporte e alimentação, podemos concluir que os 1.654.196 quilogramas de CO² não emitidos pelo Banco Mercantil corresponde a geração de CO² anual conjunta de 972 pessoas.

Além disso, um estudo realizado pelo Instituto Totum e pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ), da Universidade de São Paulo em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica, estima que cada árvore da Mata Atlântica absorve 163,14 kg de gás carbônico (CO²) equivalente ao longo de seus primeiros 20 anos de crescimento (SOS MATA ATLÂNTICA, 2013). Neste sentido, considerando que o Banco Mercantil reduziu a emissão de 1.654 toneladas de CO², considera-se, em outras palavras, que o Banco Mercantil contribuiu com a não necessidade do replantio de 10.139 árvores no referido período.

Hoje, a Sede Administrativa do Banco e mais 92 Pontos de Atendimento (33%) são atendidos pela energia limpa. Até o final de 2021, o objetivo é que 80% dos Pontos de Atendimento do MB passem a ser atendidos pela geração de energia limpa.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



GRI 301-1

Lojas digitais paperless

O Mercantil não usa papéis em sua operação de lojas. Todo o processo de interação com o cliente é digital. Desde junho de 2017, o Mercantil iniciou a transformação de toda a sua rede em Pontos de Atendimento paperless. Para isso, implantou o uso de tablets em seus Pontos de Atendimento e desenvolveu uma Plataforma Digital para que os principais processos, como o de 1º atendimento aos beneficiários do INSS e a abertura de contas, passassem a ser feitos de forma digital, eliminando a impressão e armazenamento de documentos. Ao longo dos anos, vários processos vêm sendo otimizados para serem realizados com o uso da Plataforma Digital, visando um consumo de papel mais consciente com a diminuição da impressão de formulários. Com essa iniciativa, o MB contribui com a redução do consumo de papel e gera melhoria no atendimento aos clientes, tornando o processo mais simples e consciente. Desde a implantação desse projeto, o mercantil poupou cerca de 120 toneladas de papel, sendo que só em 2020 foram 50 toneladas de papel economizadas.

GRI 103-3

REDUÇÃO DE CONSUMO DE PAPEL

GRI 301-2 306-1 306-3

Gestão de resíduos

ANO	TONELADAS
2018	32,2
2019	37,6
2020	50,2

Separar os resíduos adequadamente e destiná-los à reciclagem traz inúmeros benefícios para o meio ambiente e para a sociedade. Tais cuidados podem evitar o esgotamento precipitado dos aterros sanitários, possibilitar a reintegração das matérias-primas na cadeia produtiva e gerar renda para os trabalhadores das cooperativas. O Mercantil do Brasil realiza a gestão dos resíduos gerados pelas atividades da empresa. Todos os equipamentos eletrônicos descartados são remetidos a entidades que realizam a separação e o encaminhamento apropriado dos componentes. Em 2020, foram descartados 221 kg de equipamentos eletrônicos e 1.063 lâmpadas. Além disso, 34.569 kg de papel foram encaminhados para reciclagem.

Responsabilidade Social

Em 2020, o Mercantil seguiu dando sua contribuição para a sociedade, como faz anualmente, por meio do apoio e desenvolvimento de iniciativas nas esferas da cultura, do esporte e da cidadania, com o objetivo de promover valores importantes para o desenvolvimento humano e que reforcem a atuação de cada cidadão como agente na construção de uma sociedade mais consciente. Dentre as iniciativas estão:

FS 16

MB Educação Financeira

O Programa MB Educação Financeira foi criado em 2012 com o objetivo de contribuir com o processo de educação financeira da sociedade, promovendo a reflexão sobre o tema e incentivando atitudes mais conscientes quando o assunto é dinheiro. O Programa está disponível no [site](#) do Banco e além de artigos e vídeos educativos, disponibiliza planilhas de orientação financeira e testes de conhecimento.

MB Doação de Sangue

O Mercantil do Brasil busca se relacionar de maneira próxima à sociedade, identificando questões que a impactam diretamente e que possam, de alguma forma, ser minimizadas com o envolvimento do seu público interno. Por isso, desde 2013, desenvolve ações para dar visibilidade à causa de doação de sangue, principalmente junto ao público interno, incentivando, articulando e agilizando a captação de doadores de sangue. O MB Doação de Sangue mantém um Banco de Doadores de Sangue formado por colaboradores da empresa com o objetivo de receber solicitações de doações de amigos e parentes dos funcionários e divulgar para a rede cadastrada.

Tão importante quanto a doação de sangue, é o cadastro de doadores de medula óssea. Por isso, a partir de 2017, o Mercantil do Brasil passou também a divulgar essa causa entre seus colaboradores. Os objetivos dessa frente do MB Doação de Sangue são sensibilizar, informar sobre todos os passos do processo e estimular a realização do cadastro de doadores de medula óssea.

No início do ano de 2021, o MB realizou a contratação de 5 jovens aprendizes através do Programa Descubra. Estes jovens são oriundos de programas socioeducativos, e estas vagas acabam sendo uma oportunidade para inserção no mercado de trabalho.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



GRI 413-1

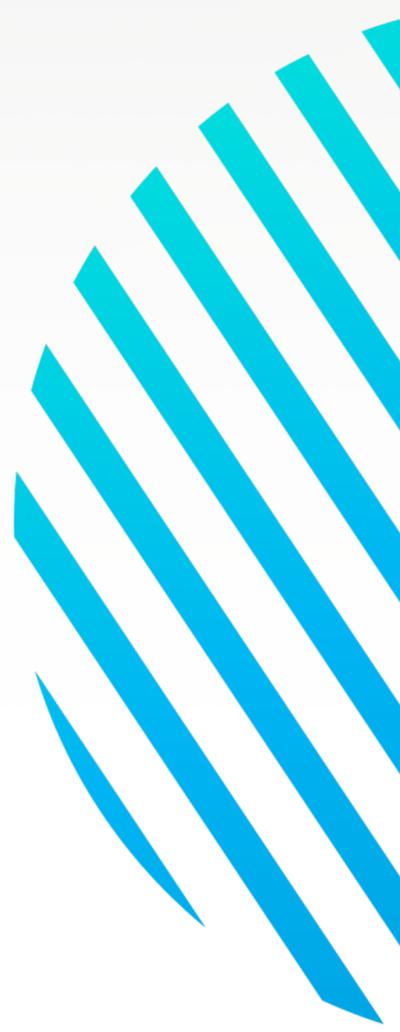
Em 2020, o Banco apoiou a realização de uma série de iniciativas aprovadas em mecanismos de incentivo fiscais – leis municipais, federais, Fundo da Infância, do Idoso, dentre outros – em diversas frentes culturais e sociais, conforme abaixo:

- Orquestra Filarmônica de Minas Gerais: referência no Brasil, realizou seu concerto inaugural em 2008. Conduzida por Fabio Mechetti – também Diretor Artístico e Regente Titular da Filarmônica - se apresenta regularmente em séries de assinatura Allegro, Vivace, Presto, Veloce e Fora de Série, interpretando grandes obras do repertório sinfônico. Tendo a aproximação com novos ouvintes como um de seus nortes artísticos, a Orquestra também traz à cidade de Belo Horizonte uma sólida programação gratuita ou a preços populares – são os Concertos para a Juventude, os Clássicos na Praça, os Concertos de Câmara e os concertos de encerramento do Festival Tinta Fresca e do Laboratório de Regência. Para as crianças e adolescentes, a Filarmônica dedica os Concertos Didáticos, em que mostra os primeiros passos para apreciar a música erudita.
- Orquestra Jovem Sinfonia de Betânia: o projeto introduz gratuitamente ao estudo da música erudita 90 crianças, adolescentes e jovens de 7 a 18 anos, durante 8 meses letivos, com aulas de Percepção Musical, Prática Instrumental (violino, viola, violoncelo e contrabaixo) e Ensaios em Conjunto para formação da orquestra de cordas. Realiza concertos pedagógicos, abertos ao público, de forma a manter as atividades regulares da Orquestra Jovem Sinfonia de Betânia. Os concertos pedagógicos e ensaios abertos são gratuitos e realizados principalmente nas periferias de Belo Horizonte.
- Cine Vida: é um projeto que proporciona oficinas de iniciação ao universo audiovisual, voltadas à formação de jovens e adultos interessados em conhecer o universo do audiovisual. Durante a realização do projeto, seus participantes são incentivados a desenvolver sua sensibilidade artística, sua relação com o mundo e com a sétima arte: o cinema. As oficinas propõem a compreensão e prática dos participantes de contextos colaborativos fundamentados na articulação de redes, diversidade em diálogo, cogestão, valorização e preservação da identidade e memória da cidade, economia sustentável e na arte e linguagem como agentes transformadores. Aliando teoria e prática, o projeto traz subsídios para os participantes entenderem e realizarem todas as etapas da produção de um filme, utilizando-se de diversos recursos de linguagem e narrativa.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE



- Festival Sabiá: foi pensado para expressar o protagonismo da maturidade. É um evento cultural idealizado a partir da visão de mundo da atual geração com mais de 60 anos e que traz o desejo pelo novo, orgulho de sua história e abertura para conviver com todas as outras gerações. Sua 1ª edição aconteceu em 2019 com shows, palestras com temas inspiradores, oficinas interativas, feira de produtores e opções gastronômicas diversas.
- Salão do Encontro de Betim – MG (Fundo da Infância e Adolescência): com foco na arte e na educação, o projeto visa preparar o cidadão para trilhar o seu próprio caminho. De direito privado e sem fins lucrativos, desde 1970, o Salão do Encontro oferece educação, capacitação, cuidados com a saúde e moradia para a população carente da cidade de Betim.
- Associação Querubins – MG (Fundo da Infância e Adolescência): localizada ao pé da Serra do Curral em um espaço de 10.000 m² há 25 anos, o projeto oferece oficinas de Danças Urbanas, Dança Afro, Dança Contemporânea, Circo, Artes Visuais, Percussão, Construção de Instrumentos, Vídeo e Cinema. Além das oficinas de apoio escolar, cultivo de horta orgânica e jardinagem, esportes, informática, curso de culinária para crianças e capacitação profissional para jovens e adultos.
- ASSOPOC - Associação dos Protetores dos Pobres e Carentes de Crucilândia – MG (Fundo do Idoso): crianças, idosos e pessoas com deficiência intelectual e múltipla são devidamente atendidos nas três unidades componentes dessa rede solidária: Lar dos Idosos São Geraldo; Creche ASSOPOC e Centro de Equoterapia. Todas desenvolvem, a suas maneiras e objetivos, programas e atividades que consolidam a assistência social completa. Atualmente, mais de 150 idosos são acolhidos no Lar.
- Fundação Cristiano Varella - Casa de Apoio do Hospital do Câncer (Fundo do Idoso): Criada em 1995, a FCV engloba o Hospital de Câncer de Muriaé que é referência nacional no tratamento de câncer, atendendo pacientes de cerca de 300 municípios, distribuídos pelos Estados de Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro. Possui também uma Casa de Apoio, que oferece hospedagem, alimentação e assistência a pacientes de baixa renda em tratamento oncológico no Hospital.
- Instituto Olga Kos de Inclusão Cultural – SP (PRONAS): fundado em 2007, o instituto desenvolve projetos artísticos e esportivos para atender, prioritariamente, crianças, jovens e adultos com deficiência intelectual. Nas oficinas de esportes, os principais objetivos são: incentivo à prática esportiva (Karate-Do e Taekwondo), estímulo ao desenvolvimento motor e melhoria na qualidade de vida.
- Instituto de Câncer de Londrina – PR (PRONON): o projeto vem para somar, com o objetivo de ampliar e estruturar a oferta dos serviços de saúde na área da oncologia. As atividades desenvolvidas visam expandir a prestação de serviços médico-assistenciais, assim como apoiar a formação, o treinamento e o aperfeiçoamento de recursos humanos e a realização de pesquisas clínicas, epidemiológicas e experimentais.



CLIENTE

VIVEMOS O CLIENTE



GRI 103-1/103-2

O Banco Mercantil caracteriza-se por uma atuação estratégica voltada para o segmento de pessoas físicas, com especialização no público 50+, isso é, especialmente clientes com 50 anos de idade ou mais. Para isso, tem priorizado investimentos em tecnologia para inovação e expansão dos seus diversos canais de atendimento, possibilitando que os clientes tenham a melhor experiência no relacionamento bancário. Em 2020, o Banco Mercantil atingiu a expressiva marca de 2,6 milhões de clientes.

GRI 103-2

Em 2020, o Banco expandiu seus negócios por meio da abertura de lojas físicas em novos mercados, no Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Bahia, totalizando 278 pontos de atendimento em todo o país. Além disso, investe fortemente na ampliação de seus canais digitais e mantém parcerias com correspondentes bancários. Presente em todo o Brasil, seja por meio de sua rede de agências ou através de seus canais digitais, temos a mesma essência no relacionamento: garantir que o cliente do Banco Mercantil tenha acesso a serviços de qualidade, com agilidade e segurança.

CLIENTE



GRI 102-6

PRESENÇA



CANAIS DE ATENDIMENTO



O MERCANTIL DO BRASIL TEM REALIZADO RELEVANTES INVESTIMENTOS PARA GARANTIR ADEQUADA ESTRUTURA TECNOLÓGICA E SUPORTE AO CRESCIMENTO OPERACIONAL, SOB A PREMISSA DA EFICIÊNCIA E DA PROXIMIDADE NO RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES. ESSES INVESTIMENTOS CONTRIBUEM, ADICIONALMENTE, PARA A REDUÇÃO DE CUSTOS, AUMENTO DE EFICIÊNCIA E GERAÇÃO DE RECEITAS.

NESSE CONTEXTO, O MB TEM PRIORIZADO A EXPANSÃO DOS DIVERSOS CANAIS DE ATENDIMENTO, POSSIBILITANDO AOS CLIENTES REALIZAÇÃO DE TRANSAÇÕES FINANCEIRAS, CONTRATAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS, SUPORTE A INFORMAÇÕES E SOLICITAÇÕES. BUSCAMOS AGREGAR FACILIDADE E APOIAR NA DIGITALIZAÇÃO DE NOSSOS CLIENTES, MANTENDO UM RELACIONAMENTO FORTE E DURADOURO.



Autoatendimento - investimos no aprimoramento da estrutura tecnológica buscando cada vez mais a ampliação na utilização de sistemas de inteligência artificial, para apoio a tomada de decisão, para suporte ao uso do canal e recomendação de produtos. Através da modernização das soluções de negócios potencializamos estratégias de marketing direcionadas à prospecção de clientes e venda de produtos.

Com mais de 37 milhões de diferentes transações realizadas em 2020, o autoatendimento foi responsável por 66% das contratações de produtos e serviços, todas realizadas de forma digital e sem interferência humana. (GRI 103-3)

No ano de 2020, o MB implantou o recurso de autenticação do cliente via Biometria em toda a rede de atendimento proporcionando maior interatividade, segurança, versatilidade e agilidade na realização de transações pelos clientes.

Além disso, é o único que aceita depósitos em dinheiro nos terminais e libera, imediatamente, o saldo em conta corrente agilizando o processo quando as agências estão fechadas e reforçando nosso posicionamento de agências digitais, garantindo uma operação digital e conveniente para o cliente.

Aplicativo MB - O "AppMB" já responde por 61% de todas as transações realizadas, dispondo de amplas opções de produtos e serviços. Com mais de 54 milhões de transações realizadas neste ano, continua crescendo e garantindo facilidade aos nossos clientes. Por meio do AppMB, clientes podem abrir sua conta corrente e optar pelo relacionamento bancário 100% digital.

Das contratações de crédito, 22% foram realizadas de forma digital pelos clientes através do AppMB (GRI 103-3).

Não o bastante, temos reforçado nossos investimentos em qualidade e evolução tecnológica, alcançando a excelente avaliação de 4,6 estrelas na Apple Store e 4,0 na Google Play, resultado da atuação ágil de um time multidisciplinar, com foco nas entregas de maior valor para os clientes. (GRI 103-3)

Internet Banking - o Internet Banking oferece ao cliente uma agência completa, não importa onde esteja. Em 2020, foram realizadas mais de 4 milhões de transações através desse canal.

"MEL" - Assistente Virtual - A evolução da Mel, que é o canal mais recente lançado pelo Banco, ficou comprovada pelo índice de mais de 70% de eficiência no atendimento aos clientes. Na persistente busca pela transformação digital e preocupados em incorporar os conceitos de utilidade, facilidade e uso prazeroso do aplicativo, em fevereiro de 2020, o MB implementou a MEL no WhatsApp, viabilizando maior e melhor comunicação entre o usuário e o MB. Desde então, possibilitou mais de 500 mil interações pelo canal, proporcionando rápido atendimento, disponibilizando novos serviços e soluções de problemas.



De acordo com a constante evolução digital dos produtos e serviços, o Mercantil disponibiliza a Mel como canal para o cliente na contratação de empréstimos, seguros, investimentos, resolução de pendências relacionadas aos passos para a abertura da conta via AppMB, além de esclarecer outras dúvidas.

Os canais digitais realizam 64% do total de transações do MB. (GRI 103-3)

VOLUME DE TRANSAÇÕES CANAIS DE ATENDIMENTO

● Pontos de Atendimento	0,2%
● Autoatendimento	36,2%
● Internet Banking	3,5%
● Aplicativo MB	60,1%



Call Center - consolidamos nossos processos de atendimento, adequando de forma rápida nossa operação para atender, entender e resolver a solicitação do cliente no período de incertezas durante a pandemia. Nesse sentido, o MB continuou investindo no treinamento dos funcionários, visando aumentar a especialização e capacidade de resolutividade. Este é um importante canal de relacionamento do cliente com o Banco, através do qual atingiu-se um índice de 90% de resolutividade em 1º nível e 97% de aprovação em Auditoria feita pela Febraban. (GRI 103-3)

Redes sociais

GRI 103-2

A atuação do Mercantil do Brasil nas redes sociais é marcada pelo atendimento de qualidade e pelos conteúdos informativos. Atualmente, o Banco conta com a publicação de materiais voltados para os clientes externos no Facebook (266,5 mil seguidores) e no Instagram (7,4 mil seguidores), falando sobre produtos, serviços, educação financeira e segurança digital. Já o Twitter (817 seguidores) é utilizado como plataforma de atendimento ao cliente, enquanto o YouTube (7,4 mil inscritos) age como repositório de conteúdos audiovisuais relevantes e LinkedIn (84,6 mil seguidores) com atuação focada em assuntos mais institucionais, visando o fortalecimento do MB como uma marca empregadora.

Nossa linguagem é simples e próxima, pois nosso objetivo é levar conteúdos relevantes de forma natural, didática e acessível a realidade dos nossos clientes e seguidores.

Assim como nas nossas agências, o atendimento prestado via redes sociais busca a excelência na tratativa: independente do canal utilizado nosso foco é a solução dos problemas do cliente através de um atendimento personalizado. Com isso, fortalecemos os laços entre marca e consumidor.

“HUGO” - Em 2020, dando mais um passo a favor da inclusão e da diversidade, o site do MB ganhou o Hugo, o assistente de tradução virtual de libras do aplicativo HandTalk, que permite tradução simultânea de texto e voz para a Língua Brasileira de Sinais (Libras) enquanto os clientes que ativarem o recurso navegarem pelo site do Banco.



Acessibilidade

A acessibilidade é uma preocupação constante no Mercantil do Brasil, por isso buscamos aprimoramento contínuo de nossas ferramentas para garantir autonomia a todos os nossos clientes.

O Hugo, nosso assistente virtual de libras, permite tradução simultânea dos conteúdos de texto e voz do site do MB para a Língua Brasileira de Sinais (Libras).

A maioria (93%) dos nossos terminais de autoatendimento são acessíveis e projetados de acordo com a NBR 15250 - ABNT, para garantirmos o acesso a todos clientes, independente do grau de mobilidade ou limitação de percepção, e para que consigam fazer suas transações bancárias de forma autônoma, com segurança, facilidade e rapidez. Temos no mínimo 3 terminais totalmente acessíveis à disposição dos clientes em cada um de nossos Pontos de Atendimento e estamos realizando a substituição gradativa para que 100% deles sejam totalmente acessíveis.

Nossos Pontos de Atendimento possuem pelo menos um funcionário com conhecimento de Libras (Língua Brasileira de Sinais) para o atendimento aos deficientes auditivos. Além disso, na Academia Mercantil, temos o curso de Libras, que está disponível para os todos os funcionários do Banco e é obrigatório para os Gerentes e Supervisores Administrativos, Gerentes Beneficiários e Escriturários de Agência. O curso aborda conceitos importantes sobre Libras e como se comunicar com clientes portadores de deficiência auditiva no ambiente bancário.

SOLUÇÕES FINANCEIRAS

O Banco ampliou ainda mais seu portfólio de soluções financeiras e deu novos saltos em eficiência e diversidade no atendimento em todos os canais de contato com o cliente, com esforços reconhecidos tanto por seus clientes quanto pelo mercado. Tudo isso para proporcionar a seus públicos de relacionamento uma experiência cada vez mais diferenciada e digital, em todos os momentos em que precisarem contar com a Instituição através de todos os nossos meios de atendimento.

CRÉDITO

-  EMPRÉSTIMO CONSIGNADO
-  EMPRÉSTIMO PESSOAL
-  CAPITAL DE GIRO
-  CHEQUE ESPECIAL E EMPRESA
-  CARTÕES DE CRÉDITO
-  FINANCIAMENTO DE VEÍCULOS

INVESTIMENTOS

-  CDBS
-  FUNDOS DE INVESTIMENTOS
-  LETRAS FINANCEIRAS
-  CORRETORA DE VALORES
-  POUPANÇA
-  PREVIDÊNCIA PRIVADA

SEGUROS

-  SEGURO DE VIDA E ACIDENTES PESSOAIS
-  SEGURO RESIDÊNCIA
-  SEGURO AUTOMÓVEL
-  SEGURO PARA CARTÕES
-  SEGURO PRESTAMISTA

SERVIÇOS

-  CONTA CORRENTE
-  PROGRAMA DE PREMIAÇÃO SEMPRE MAIS PARA CARTÕES
-  MB+ VANTAGENS, CLUBE DE VANTAGENS
-  CONSÓRCIO
-  PAGAMENTOS, TRANSFERÊNCIAS, DEPÓSITOS

GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE



GRI 103-2

O relacionamento do Banco com clientes e usuários deve ser próximo, simples, transparente e eficaz, aumentando assim a penetração dos produtos e serviços, ampliando a atuação no mercado, conferindo mais segurança para os negócios e minimizando os riscos. Considerando que Customer Experience diz respeito à gestão da experiência do cliente durante sua jornada de interações com a empresa, por ser uma empresa focada no cliente, o MB assume que ações de CX são adotadas há muito tempo, mesmo antes da criação da área de CX, no início de 2020. A criação da área só reforça o interesse em conhecer cada vez mais os clientes e assim construir jornadas que entreguem a eles boas experiências e resultados.

As principais frentes de atuação de CX tem como objetivo:

- Aprofundar o conhecimento dos clientes ativos, saber quem são, o que querem e como ajudá-los;
- Aprofundar o entendimento sobre os motivos de churn; com o intuito de gerar insights e soluções criativas para elaboração das jornadas;
- Redesenhar os pontos de contato, com o intuito de identificar os pontos críticos, pontos que geram boas e más experiências para os clientes;
- Manter abordagens sistemáticas para captura do feedback do cliente após suas interações com a empresa: pesquisas CSAT, NPS e Churn, garantindo o fechamento do loop de feedback junto ao cliente;
- Evoluir o sistema de CRM com foco na ampliação contínua das integrações originadas das transações e interações realizadas pelo cliente ao longo de sua jornada, otimizando a visão OmniChannel, que contribua para a antecipação das soluções para problemas ou necessidades do cliente.

Com o olhar voltado para oferecer um alto padrão de atendimento aos clientes, ofertando produtos e serviços com transparência e na medida certa, em 2020 o MB configurou o patamar de Excelência na pesquisa NPS (Net Promoter Score), que fornece informações sobre fidelidade dos clientes e grau de satisfação com produtos e serviços, apurada de forma contínua.

Todos os esforços têm como objetivo reforçar o compromisso do Banco pela evolução da experiência do cliente, melhoria dos níveis de engajamento e retenção de clientes promotores da marca MB.

PRÊMIOS E CERTIFICAÇÕES

UM TIME COM BRILHO NOS OLHOS



Um time com brilho nos olhos

No Mercantil do Brasil, a excelência no relacionamento com o cliente sempre se constituiu em um diferencial competitivo no mercado. As diretrizes têm como foco a eficiência para atingir o objetivo de ser um banco simples, eficiente e rentável. Com um time com brilho nos olhos, ações direcionadas a proporcionar a melhor experiência e projetos voltados às melhores práticas de relacionamento com o cliente, o MB obteve importantes conquistas no ano de 2020.

Alcançou o Ouro do Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente na categoria Bancos de Médio Porte, o que reforça o compromisso do MB com as pessoas. Todos os esforços são voltados a resolver as necessidades de todos com qualidade, cordialidade e dentro dos prazos, justificando também os investimentos em recursos tecnológicos e na gestão de pessoas.

GRI 103-3

No MB, a cultura interna é voltada para a eficiência operacional, o que tem gerado importantes transformações em termos de simplificação de processos e de modernização para a empresa. Os projetos que comprovam esse movimento são muitos e dentre eles está o Posto de Atendimento Móvel pronto para atender demandas de indisponibilidade temporária de serviços das Agências. O posto segue para a cidade que, por alguma razão, estiver com a Agência temporariamente indisponível.

O modelo adotado é um container. O espaço é climatizado, possui rampa de acesso, equipe para auxiliar os clientes, dois equipamentos de Autoatendimento e um gerador de energia - o que permite que as máquinas fiquem ligadas 24h por dia para as atualizações constantes. O conceito de excelência vai além do ideal do aspecto humano, cordial e atencioso. Atender com excelência é relacionar-se com o cliente nos momentos em que ele precisar e o Posto de Atendimento Móvel surge para cumprir esse objetivo: tornar o MB disponível, sempre que necessário.

PREMIAÇÕES E CERTIFICAÇÕES



O "PA Móvel", como é conhecido, foi reconhecido em diversas Premiações e categorias em 2020, dentre elas:

- Prata no Prêmio Best Performance na categoria: Excelência na Fidelização e Retenção de Clientes em tempos de crise;
- Ouro no Prêmio Smart Customer na categoria: Respeito ao cliente;
- Ouro no XX Prêmio ABT na categoria: Responsabilidade Social;
- Ouro no Prêmio ClienteSA Brasil na categoria: Líder em Estratégia Direcionada ao Cidadão.

Obs.: esse último garantiu a classificação no Prêmio LATAM 2021 concorrendo com empresas da Argentina, Colômbia, México e Paraguai, países que fazem parte da Aloic - Alianza Latinoamericana de Organizaciones para la Interacción con Clientes.

Seguindo o compromisso com a excelência e trajetória histórica de crescimento sustentável, outro projeto de destaque que garantiu importantes conquistas para o MB em 2020, foi o SGQ - Sistema de Gestão da Qualidade, que organiza e padroniza os fluxos de atendimento aos clientes e usuários.

GRI 103-3

O Modelo de Atendimento foi implantado inicialmente na Agência Matriz onde passou por Auditoria Externa realizada pela ABNT, órgão certificador competente e que verificou a adequação dos processos de atendimento implantados pela Gestão da Qualidade e concedeu Certificação ISO 9001 à matriz do Banco.

Posteriormente houve a evolução do modelo e padrões de atendimento aos Beneficiários do INSS estendendo a Certificação ISO 9001 para toda a Rede MB do segmento INSS. Essa iniciativa confere mais qualidade, agilidade e eficiência aos serviços prestados, fortalece a sinergia entre as equipes e promove uma melhoria significativa para o ambiente de trabalho.

Em 2020, o SGQ também garantiu outras conquistas ao MB, como:

- Prata no Prêmio Smart Customer na categoria: Relacionamento, Regulação e Governo;
- Ouro no XX Prêmio ABT na categoria: Gestão da Qualidade;
- Ouro no Prêmio Best Performance na categoria: Inovação para atendimento ao cliente/consumidor no 'novo normal'.



• PA Móvel

PREMIAÇÕES E CERTIFICAÇÕES



A OUVIDORIA E A CONDOTA NO RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUÁRIOS

O propósito do MB é “Ser o banco que você escolhe e confia: simples e próximo” e a Ouvidoria não poderia seguir um caminho diferente, por esse motivo, há busca constante para ser um canal onde o cliente confia que terá o seu problema acolhido e resolvido, falando a sua língua, com “ética sempre”, e fazendo com que ele se sinta à vontade, como “se estivesse em casa”.

Em 2020, voltamos mais do que nunca o nosso olhar para dentro, a fim de construirmos uma equipe mais forte, unida, de alta performance, e que mantém o “brilho nos olhos” mesmo nos momentos mais desafiadores, como tem sido desde o início da pandemia; afinal “gente é o que move a gente”. Trabalhamos na reestruturação dos times, na revisão das alçadas de tratamento e negociação, e na melhoria da comunicação pois acreditamos que uma boa base interna refletirá em um melhor relacionamento com nossos clientes, que são a nossa razão de existir e para quem pautamos todas as nossas ações! E, claro, não deixamos de nos aprofundar nos processos e de nos empenhar nas oportunidades de melhorias identificadas nesse período, buscando inovações simples, mas transformadoras, e que garantam “resultados consistentes e sustentáveis” para todos! A voz do cliente dentro do Banco, essa é a razão de ser da Ouvidoria do Mercantil do Brasil!

A gestão da Conduta de Relacionamento com Clientes e Usuários é feita pela Ouvidoria. Desta forma, além de representante da voz do consumidor dentro do Banco, é também a área guardiã de todo o processo que envolve o relacionamento com os clientes e usuários do conglomerado do Mercantil do Brasil, na oferta e venda de produtos e serviços. Instituída por meio da Resolução CVM 4.539, essa política formaliza e consolida as diretrizes, os objetivos estratégicos e os valores organizacionais a serem considerados na condução das operações junto a clientes e usuários, além de definir os papéis e responsabilidades dos diferentes níveis hierárquicos e áreas que participam desse processo.

São acompanhadas todas as fases que envolvem esse relacionamento: pré-contratação, contratação e pós-contratação, de forma a garantir que os produtos e serviços comercializados estejam adequados ao perfil dos clientes e usuários a que se destinam. Com base na análise das reclamações recebidas, foco no cliente e nas causas raízes dos problemas, a Ouvidoria tem sua atuação voltada para a solução definitiva das questões levantadas pelos clientes e usuários, com empatia e imparcialidade, evitando-se a necessidade de recorrência a órgãos externos, e sem se esquecer de uma de suas atribuições mais nobres: propor melhorias internas que propiciem melhores experiências aos consumidores.

As ações propostas vão desde ajustes em processos, revisão de scripts de atendimento, oferta e venda à revisitação de cláusulas contratuais a fim de garantir maior clareza e transparência nos negócios e participação na criação e reformulação de produtos e serviços e peças de comunicação e avaliação de treinamentos internos, sempre com o intuito de assegurar que os direitos dos consumidores sejam resguardados, que os produtos e serviços sejam adequados aos vários perfis de clientes do Mercantil e que a comunicação seja simples, direta e de qualidade.

Em 2020, a Ouvidoria atuou em várias frentes, dentre as quais destacamos:

Projeto de revisão e humanização das respostas encaminhadas diretamente aos clientes, como foco em uma linguagem mais clara e próxima, evitando o uso de termos técnicos que dificultam o entendimento e distanciam o cliente.

Revisão e otimização dos processos de trabalho, reduzindo a burocracia para trazer maior agilidade e autonomia para a equipe, gerando, conseqüentemente, atendimentos mais ágeis.

Utilização do chat MB para aceitação de propostas pelos clientes de modo remoto.

Projeto “Conte com a Ouvidoria MB”, para aproximação dos órgãos de defesa do consumidor, inclusive com reuniões virtuais.

Revisão das Políticas de “Relacionamento com Cliente e Usuários”, com a criação de manual específico sobre a conduta ética na comercialização de produtos, e de “Gestão de Conseqüências”.

Projeto de reformulação de defesas MB para maior assertividade de informações aos Órgãos de Defesa do Consumidor.

Projeto “Mutirão de Conciliação” junto aos Procons para finalização máxima possível de processos.

Criação do Whatsapp “Alô Órgãos de Defesa do Consumidor”, atrelado ao 0800 7070 390, para contato exclusivo entre Ouvidoria e órgãos de defesa do consumidor.

Ações voltadas para o fortalecimento e maior aprofundamento do tema “conduta ética”.

Revisão dos “Índices de adequação da PLR” e do formato do Comitê de Condutas Éticas.

PREMIAÇÕES E CERTIFICAÇÕES



Em 2020, a Ouvidoria por meio processos de governança estabelecidos, com o envolvimento de diferentes áreas da Instituição, que atuam objetivando assegurar a conformidade da política de relacionamento com clientes e usuários a respeito de produtos e serviços, atuou de forma a viabilizar o sucesso da implementação, comercialização e pós-venda, observando atentamente a legislação vigente, os códigos de autorregulação, os normativos internos e o alinhamento à estratégia da Instituição, dos quais destacamos:

- *O entendimento das necessidades de clientes e usuários de forma contínua, garantindo que as respostas às suas solicitações sejam realizadas de forma clara e objetiva, obedecendo aos prazos determinados pelos fluxos de trabalho estabelecidos ou, ainda, por órgãos supervisores;*
- *A prestação de informações a respeito de produtos e serviços a clientes e usuários, independentemente do canal utilizado, de forma confiável, compreensível e tempestiva;*
- *As responsabilidades respaldadas pela publicação de Atos Normativos e Manuais de Procedimentos, os quais dispõem das informações necessárias ao atendimento a clientes e usuários e à comercialização de produtos e serviços;*
- *A capacitação de colaboradores tendo em vista os princípios da política e exigências das normas relacionadas;*
- *A disponibilização de ferramentas e orientações para o adequado atendimento a clientes e usuários no portal corporativo e site;*
- *Assegurar a adoção do padrão de conduta no atendimento a clientes e usuários e a busca constante pela eliminação de vícios de venda, cumprindo os procedimentos definidos para gestão de consequências;*
- *Garantir o atendimento, quando solicitado por clientes e usuários, da extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços, bem como da transferência de relacionamento para outra instituição financeira, garantindo a tempestividade e a inexistência de barreiras.*

Em 2020, não foram registrados pela Ouvidoria, casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluídos publicidade, promoção e patrocínio ou casos de não conformidade relativo à informação e à rotulagem de Produtos e serviços.

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

83 MM INVESTIDOS EM INOVAÇÃO EM 2020



Dois mil e vinte foi um ano que escreveu um novo capítulo para a tecnologia do MB, com um investimento de 83 mm investidos em inovação em 2020. Com a pandemia, houve uma alteração nos modelos de trabalho com a implementação do home office e uma mudança no comportamento dos nossos clientes com o crescimento expressivo das transações por canais digitais.

Evoluímos nosso uso de tecnologia para a Cloud, criamos modelos de gestão de capacidade para redução de lead time e novos formatos de disponibilização de APIs para parceiros e clientes. Reduzimos 50% no lead time de desenvolvimento de soluções e aumentamos 2X nossa capacidade de processamento ao ponto que reduzimos o TCO de tecnologia.

#TrustPeopleTrustData

A capacidade de criar e compartilhar dados e informação tem transformado as interações econômicas e pessoais. O Mercantil do Brasil considera os ativos de dados como um diferencial competitivo e parte da sua estratégia de negócios. Conciliamos a necessidade de negócio com a curiosidade técnica para desenvolvermos modelos, métodos e formas de extrairmos as melhores informações dos dados equilibrando a pesquisa para a descoberta do desconhecido e o atendimento dos objetivos estratégicos. Esta parceria dá o suporte necessário para a geração da informação com maior precisão permitindo a redução do tempo na tomada de decisão e a inovação constante do tema. Buscamos a evolução constante da nossa plataforma analítica para que nossos colaboradores e sistemas possa consumir e criar informações analíticas trabalhando sobre dados sem impactos no ambiente transacional.

Ao longo de 2020, o Banco Mercantil do Brasil priorizou processos de integração de dados que permitiram mais velocidade na tomada de decisão near/real time, através do uso de métodos apoiados em inteligência artificial. Planejamos a expansão e aprimoramento dos nossos modelos preditivos e prescritivos para melhorar cada vez mais a oferta de produtos e serviços em diversas jornadas do cliente. Em 2021, os investimentos em novas tecnologias e governança de dados serão intensificados.

Buscamos um equilíbrio sustentável entre processos de controle x agilidade como forma de buscar uma eficiência operacional com governança dos dados. As métricas de disponibilidade e qualidade dos dados são constantemente avaliadas e combinadas com um processo de curadoria da informação que provê a precisão e confiabilidade aos dados necessária para uma tomada de decisão segura "trust people, trust data". Através do processo de certificação de dados, qualquer informação produzida pelas áreas internas pode ser promovida a informação corporativa e se tornar disponível para consumo na empresa com garantia de qualidade.

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA



GRI 103-3

Acreditamos que o sucesso da iniciativa de sermos realmente uma empresa data-driven está diretamente ligado à capacidade de construirmos uma comunidade analítica onde nossos colaboradores conquistem a desejada “fluência no uso dos dados” e possuam de fato um mindset voltado para a tomada de decisão baseada em dados.

GRI 103-3

Com a implantação dessa iniciativa tivemos resultados satisfatórios, como: crescimento de 520% na utilização de modelos baseados em IA para previsões como as de numerário, capacidade de infraestrutura, movimentação nas agências do banco e adimplência das operações; 100% de crescimento no número de áreas que utilizam IA nas suas operações diárias, tais como as áreas de operações e planejamento comercial; aumento de 300% no volume de horas utilizadas para processamento de dados, em especial para estruturar correlações e evoluir a AI do Banco; 85% de crescimento na quantidade de colaboradores que consultam a base de dados dinâmicos ao menos uma vez ao dia como subsídio para a sua tomada de decisões; e 78% de todas as vendas são feitas de forma digital, por meio de recomendações geradas por modelos de propensão.



INOVAÇÃO E TECNOLOGIA



MEL

Mel é a Inteligência Artificial do Mercantil do Brasil que representa a grande transformação digital que o banco está passando. Através de inteligência artificial a Mel é capaz de interagir com as pessoas em linguagem natural, através de textos ou comandos de voz. Ela foi implantada oficialmente em 2019 e em 2020 passou a ser também um canal de atendimento que se relaciona com o usuário, responde a perguntas sobre produtos e serviços e auxilia em transações. Além disso, está presente no aplicativo do Mercantil e pode ser acessada também por meio do WhatsApp.



MAX

Na evolução da transformação digital e ante nosso histórico compromisso com as pessoas, lançamos a chatbot interno: o "MAX". Utilizando inteligência artificial, ele interage com o time MB como uma ferramenta de suporte para os colaboradores, somando inovação, agilidade e qualidade para os negócios.



MIX

O Pix chegou como mais um passo na revolução tecnológica. A implantação da ferramenta regulamentada pelo Banco Central facilitou as transferências bancárias e pagamentos eletrônicos. O Mercantil do Brasil foi um dos cinco primeiros bancos homologados pelo Bacen no sistema do Pix e obteve excelentes resultados na implantação. Atualmente o banco possui mais de 250 mil chaves cadastradas e possibilitou mais de 1 bilhão de transações.

Para fortalecer o engajamento e fortalecimento do Pix, o MB criou o Mix. O mascote da Mel, nomeado em alusão ao Pix, que comandou as campanhas de marketing e gerou um impacto extremamente positivo.



DOMO DIGITAL

O DOMO DIGITAL é o nosso centro de inovação, projetado para abrigar todo o desenvolvimento de soluções digitais e integrar as equipes e sistemas do Banco Mercantil ao mundo das startups. No ambiente do DOMO são realizadas avaliações e testes de novas soluções tecnológicas que possam participar do ecossistema digital do Banco Mercantil. O DOMO também é o espaço em que acontecem os eventos de introdução às metodologias ágeis, integrando esses métodos na rotina de trabalho das áreas.

DESEMPENHO ECONÔMICO



GRI 103-1/103-2

A pandemia da Covid-19 causou impactos inesperados e muito relevantes na vida social e, conseqüentemente, na atividade econômica mundial. Nessa situação inédita, uma nova conjuntura se impôs e as principais economias registraram desempenho anual evidentemente negativo, com exceção do PIB chinês que alcançou crescimento de 2,3%.

No Brasil, o desempenho recente dos principais indicadores de atividade denota cenário de recuperação gradual da atividade econômica, após forte queda em março e abril de 2020. De fato, depois de então e até setembro, o IBC-Br, considerado prévia do PIB, mostra aceleração da economia. Em outubro e novembro (últimos dados de mercado), constata-se ritmo de expansão moderado.

Quanto à inflação, o IPCA posicionou-se em 0,1% no primeiro semestre, em linha com a conjuntura de retração econômica vigente naquele período. No segundo semestre, constatou-se pressões inflacionárias, com o IPCA alcançando 4,52% ao final do exercício. A taxa de juros Selic, que iniciou o ano em 4,50%, foi ajustada gradativamente até se posicionar em 2% ao ano em agosto, permanecendo nesse nível até os dias atuais. O crédito no Sistema Financeiro Nacional aumentou 15,5%. O crescimento da demanda por crédito no segmento de pessoa jurídica está associado à necessidade de suprir fluxos de caixa das empresas diante da acentuada queda no faturamento. As provisões para risco de crédito subiram no período de março a julho, voltando à retração gradativa até se posicionarem em 6,3%, ligeiramente abaixo de dezembro de 2019.

Resultado Consistente é Resultado Sustentável

O ano de 2020 foi desafiador a todos os setores da economia brasileira, mas o Banco Mercantil do Brasil trabalhou muito para entregar valor aos clientes e gerar resultados sólidos e sustentáveis.

DESTAQUES

LUCRO: R\$ 151MM **PATRIMÔNIO LÍQUIDO: R\$ 1 Bilhão** **ÍNDICE DE BASILEIA: 16,6%** **ROAE: 22%**

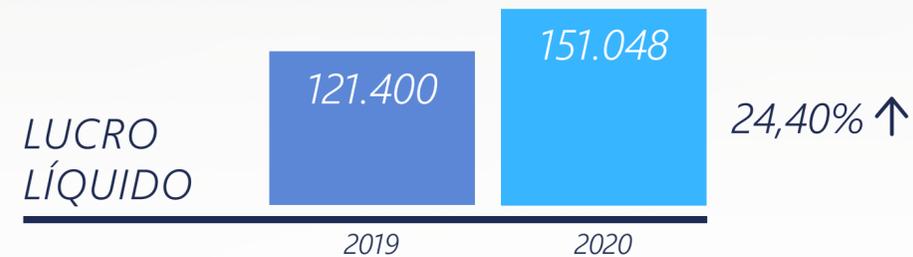
O Mercantil do Brasil atualmente é um banco com um modelo de negócios voltado para pessoas físicas e especializado no atendimento de clientes 50+, ou seja, cliente com 50 anos de idade ou mais. O banco possui um longo histórico e expertise no segmento de crédito consignado, além de uma boa oferta de produtos para pessoas físicas e PMEs. Desde 2009, o BMB venceu três leilões para adquirir o direito de realizar pagamentos aos beneficiários do INSS em Minas Gerais e São Paulo. Além disso, em 2019, a entidade venceu oito dos 26 lotes desse leilão, recebendo o direito de pagar os benefícios de aposentados também nos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal, Goiás e Bahia.

DESEMPENHO ECONÔMICO



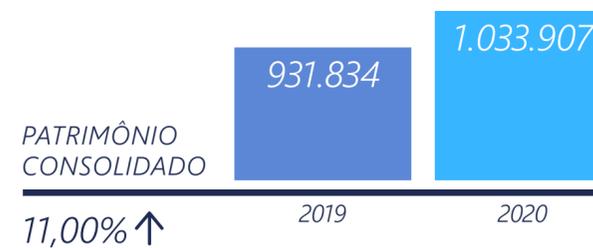
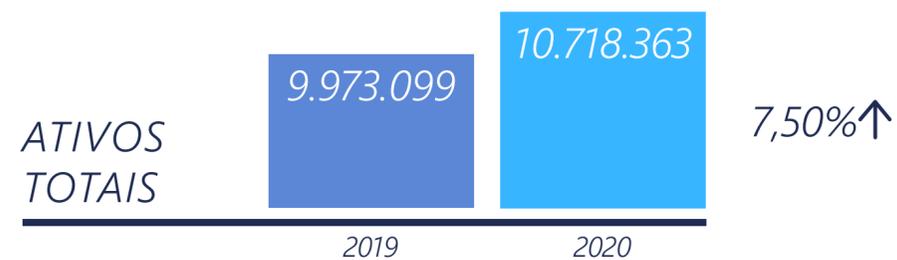
GRI 103-3

Em 2020 o banco atingiu lucro recorde de 151 milhões; crescimento de 24% comparado com o ano anterior.



O Patrimônio Líquido do MB Múltiplo alcançou a marca histórica de R\$ 988,0 milhões. O Patrimônio de Referência alcançou R\$1,0 bilhão. No exercício de 2020, foram declarados dividendos aos acionistas, na forma de Juros sobre o Capital Próprio, no valor de R\$ 42,2 milhões.

O ativo total consolidado posicionou-se em R\$ 10,7 bilhões. Os ativos circulantes atingiram 49,4% do ativo total, ante 59,5% em dezembro de 2019. Os passivos de curto prazo posicionaram-se em 57,0% do ativo circulante, ante 57,7% do exercício anterior.



BASILEIA 16,6 EM 2020

DESEMPENHO ECONÔMICO



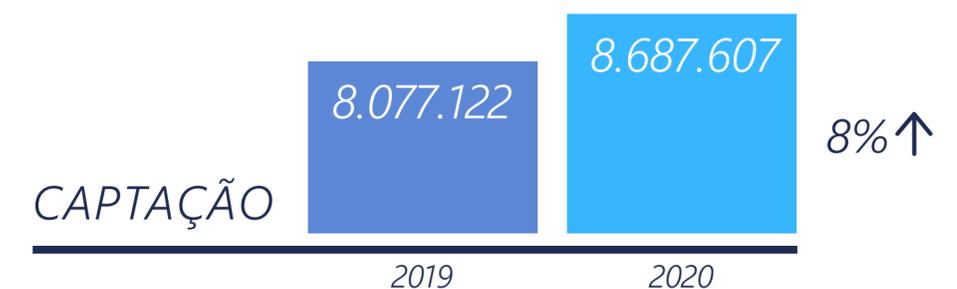
As aplicações interfinanceiras de liquidez e em títulos e valores mobiliários alcançaram o montante de R\$ 1,8 bilhão. Os títulos classificados na categoria títulos mantidos até o vencimento somam R\$ 6,3 milhões, para os quais o Banco e controladas têm intenção e capacidade financeira de manter até o vencimento, nos termos da Circular Bacen nº 3.068/2001. As operações de crédito posicionaram-se em R\$ 6,4 bilhões, com o crescimento expressivo de 32,4% comparativamente a dezembro de 2019 e, também, em relação à média do mercado. As operações classificadas nas faixas de menor risco de crédito, de “AA” até “C”, representam 89,2% do total da carteira de crédito (81,9% de dezembro de 2019). A provisão para risco de operações de crédito posicionou-se em 7,2% (11,3% em dezembro de 2019).

CARTEIRA DE CRÉDITO PRODUTOS	R\$ MM 2020		2019		VARIAÇÃO
CRÉDITO CONSIGNADO	3.329,90	52%	1.549,00	28%	115%
CRÉDITO PESSOAL DÉBITO EM CONTA	1.518,30	24%	1.516,80	27%	0%
DEMAIS PRODUTOS	1.586,70	25%	1.803,40	33%	-12%
TOTAL GERAL	6.434,90	100%	4.869,20	100%	32%

CONSIGNADO INSS



Os recursos existentes perfazem o montante de R\$ 8,7 bilhões, dos quais R\$ 7,3 bilhões são provenientes de depósitos a prazo. As captações através de Letras Financeiras alcançaram R\$ 421,4 milhões. Desse total, R\$ 417,3 milhões estão contabilizadas na rubrica do Passivo “Instrumentos de Dívidas Elegíveis a Capital” de que trata a Resolução CMN nº 4.192/2013, dos quais R\$ 251,5 milhões estão sendo utilizados na composição do Patrimônio de Referência Nível II; e R\$ 46,4 milhões são instrumentos de dívida perpétua, elegíveis a capital complementar (Nível I), utilizados como Capital Complementar.



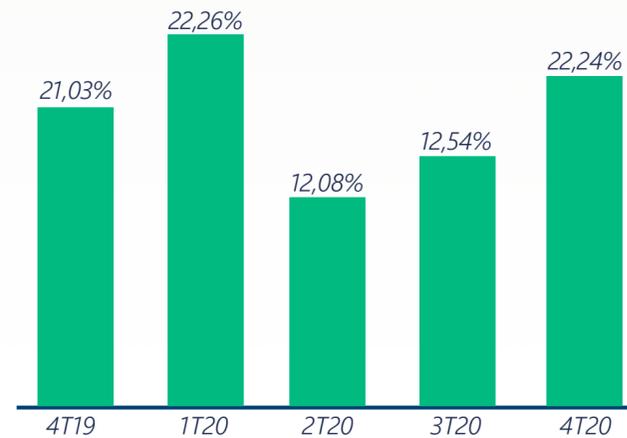
DESEMPENHO ECONÔMICO



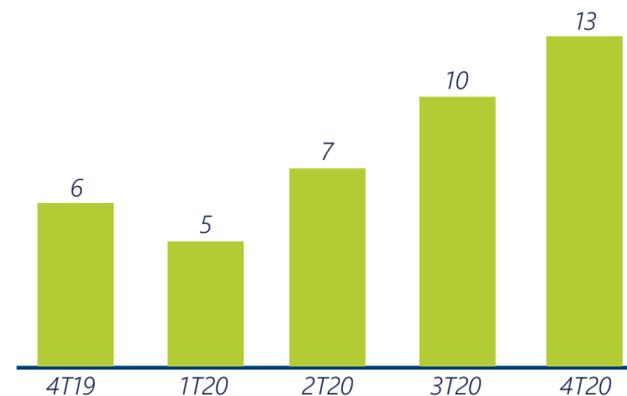
As Receitas da Intermediação Financeira atingiram R\$ 2,3 bilhões, posicionando-se no mesmo patamar do ano anterior. As Receitas de Operações de Crédito alcançaram o valor de R\$ 1,9 bilhão, representando crescimento de 1,5%. O Resultado Bruto da Intermediação Financeira, deduzidas as Despesas com Provisão para Crédito de Liquidação Duvidosa, alcançou R\$ 1,5 bilhão, evolução de 10,4%. Receitas de Prestação de Serviços somaram R\$ 318,4 milhões, crescimento de 17,0%.

RENTABILIDADE

ROAE



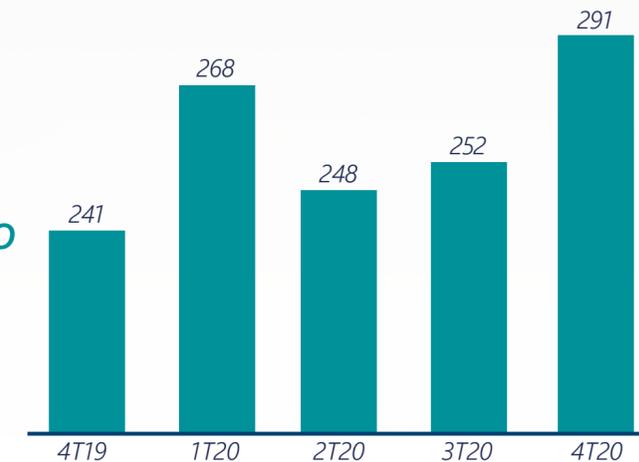
EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL DA BEM AQUI



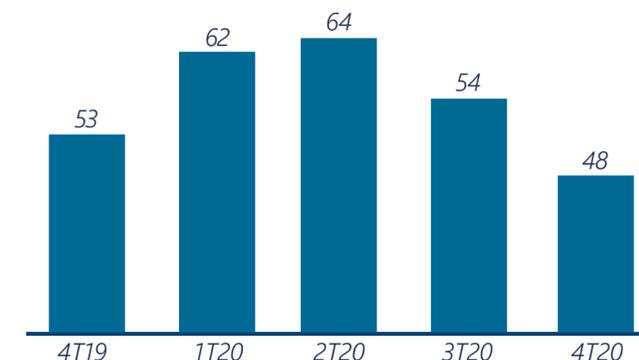
As Despesas de Pessoal posicionaram-se em R\$ 458,8 milhões (R\$ 466,2 milhões de dezembro de 2019). Os dois itens de maior relevância, proventos de funcionários e encargos sociais, somaram R\$ 298,4 milhões, crescimento de 5,8% nos últimos doze meses, em consonância com os indicadores de reajuste da categoria.

As Despesas Administrativas somaram R\$ 683,8 milhões (R\$ 601,1 milhões em dezembro de 2019); evolução nominal de 13,8%

INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA (R\$MM)



PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS (R\$MM)



DESEMPENHO ECONÔMICO



GRI 201-1

Valor econômico direto gerado e distribuído

O desempenho econômico é fundamental para a tomada de decisão que gera resultados consistentes e sustentáveis. A seguir, apresentamos o valor gerado por nossos negócios e a sua distribuição entre os principais setores envolvidos:

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO

	2020	2019
VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO (RECEITA) R\$-MIL	836.642	704.615
VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (R\$-MIL)	725.507	614.403
PESSOAL (SALÁRIOS E BENEFÍCIOS DOS EMPREGADOS)	376.832	363.190
REMUNERAÇÃO DE CAPITAIS DE TERCEIROS	73.964	75.717
JCP	42.220	33.935
IMPOSTOS, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES	232.491	141.561
VALOR ECONÔMICO RETIDO (R\$-MIL)	111.135	90.212
LUCRO RETIDO	108.020	87.465
PARTICIPAÇÃO DOS NÃO CONTROLADORES NOS LUCROS RETIDOS	2.307	2.747

GRI 102-45

O Mercantil publica trimestralmente suas informações financeiras, por meio das quais é possível ter acesso a todos os indicadores necessários às interpretações e avaliações do nosso negócio por parte dos acionistas, investidores e analistas de mercado. Esses relatórios são públicos e podem ser obtidos no site de Relações com Investidores do Banco (<https://mercantildobrasil.com.br/RelacoesInvestidores/Paginas/Home.aspx>).

O MERCANTIL DETÉM AVALIAÇÃO PELAS AGÊNCIAS FITCH E S&P. AS AVALIAÇÕES DE LONGO PRAZO ATUALMENTE SÃO BBB- E BBB+. RESPECTIVAMENTE.

DESEMPENHO ECONÔMICO



RESUMO DO ANO

	4T19	1T20	2T20	3T20	4T20	Δ%
ATIVOS TOTAIS — R\$ BI	10,0	10,1	10,7	10,2	10,7	7%
CARTEIRA DE CRÉDITO TOTAL — R\$ BI	4,9	5,1	5,2	5,5	6,4	31%
CARTEIRA DE CRÉDITO MASSIFICADO — R\$ BI	3,6	3,9	4,1	4,5	5,3	47%
CAPTAÇÕES — R\$ BI	8,1	8,3	8,8	8,2	8,6	6%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO — R\$ BI	931,8	979,6	1.000,7	1.026,3	1.033,9	11%
RESULTADO BRUTO DA INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA — R\$ BI	367,9	330,1	360,2	385,6	461,0	25%

ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI

GRI	PÁGINA	PACTO	ODS
1. Perfil organizacional			
Conteúdo 102-1 Nome da organização	1		
Conteúdo 102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	5; 6; 12		
Conteúdo 102-3 Localização da sede da organização	5		
Conteúdo 102-4 Local de operações	5		
Conteúdo 102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	12		
Conteúdo 102-6 Mercados atendidos	5; 42; 43; 52		
Conteúdo 102-7 Porte da organização	4; 27		
Conteúdo 102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	27	6	8; 10
Conteúdo 102-9 Cadeia de fornecedores	25		
Conteúdo 102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Tratando-se do primeiro relatório não há reporte anterior para comparação.		
Conteúdo 102-12 Iniciativas externas	1; 6; 41	1	
Conteúdo 102-13 Participação em associações	35		
2. Estratégia			
Conteúdo 102-14 Declaração do mais alto executivo	4		
Conteúdo 102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades	13; 41		
3. Ética e integridade			
Conteúdo 102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	6; 7; 16	10	16
Conteúdo 102-17 Mecanismos para orientações e preocupações referentes à ética	18; 24	10	16
4. Governança			
Conteúdo 102-18 Estrutura de governança	8	10	16
Conteúdo 102-19 Delegação de autoridade	9	10	16
Conteúdo 102-20 Responsabilidade de Cargos e funções de nível executivo por tópicos econômicos, ambientais e sociais	9		Conteúdo 102-20 Responsabilidade de cargos e funções de nível executivo por tópicos econômicos, ambientais e sociais
Conteúdo 102-21 Consulta a stakeholders sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	1; 7		16
Conteúdo 102-22 Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	9; 10	10	5; 16
Conteúdo 102-23 Presidente do mais alto órgão de governança	9	10	16
Conteúdo 102-24 Seleção e nomeação para o mais alto órgão de governança	9	6; 10	5; 16
Conteúdo 102-25 Conflitos de interesse	7	10	16
Conteúdo 102-26 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	7; 9; 13		
Conteúdo 102-27 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	41		16
Conteúdo 102-28 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	11	10	16
Conteúdo 102-29 Identificação e gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais	13; 15		16
Conteúdo 102-30 Eficácia dos processos de gestão de risco	14; 15		
Conteúdo 102-31 Análise de tópicos econômicos, ambientais e sociais	41		
Conteúdo 102-32 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	41	7; 8	16
Conteúdo 102-33 Comunicação de preocupações cruciais	16		16
Conteúdo 102-34 Natureza e número total de preocupações cruciais	13		
Conteúdo 102-35 Políticas de remuneração	11	6	5; 8; 16
Conteúdo 102-36 Processo para determinação da remuneração	11	3	8; 10
Conteúdo 102-37 Envolvimento dos stakeholders na remuneração	11	3	16

ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI

GRI	PÁGINA	PACTO	ODS
5. Engajamento de stakeholders			
Conteúdo 102-40 Lista de grupos de stakeholders	7		
Conteúdo 102-41 Acordos de negociação coletiva	27	3	8
Conteúdo 102-42 Identificação e seleção de stakeholders	7; 8		
Conteúdo 102-43 Abordagem para engajamento de stakeholders	7; 8		
Conteúdo 102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	7		
6. Prática de Relato			
Conteúdo 102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	70		
Conteúdo 102-46 Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos	8		
Conteúdo 102-47 Lista de tópicos materiais	8		
Conteúdo 102-48 Reformulações de informações	Como trata-se do primeiro relatório não há reformulações a serem reportadas.		
Conteúdo 102-49 Alterações no relato	1		
Conteúdo 102-50 Período coberto pelo relatório	1		
Conteúdo 102-51 Data do relatório mais recente	1		
Conteúdo 102-52 Ciclo de emissão de relatórios	1		
Conteúdo 102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	2		
Conteúdo 102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	1		
Conteúdo 102-55 Sumário de conteúdo da GRI	71		
Conteúdo 102-56 Verificação externa	1		
7. Tema material: Governança Corporativa			
Conteúdo 103-1 Explicação do tópico material e seu Limite	8; 13		
Conteúdo 103-2 Forma de gestão e seus componentes	8; 9; 13; 15		
Conteúdo 103-3 Avaliação da forma de gestão	11; 12		
Conteúdo 205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	24	10	16
Conteúdo 205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	17	10	16
Conteúdo 403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	25	1	8
Conteúdo 416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	25	1	
8. Tema material: Cultura Organizacional e Gente			
Conteúdo 103-1 Explicação do tópico material e seu Limite	26		
Conteúdo 103-2 Forma de gestão e seus componentes	27; 29		
Conteúdo 103-3 Avaliação da forma de gestão	27; 28		
Conteúdo 401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	28		5; 8; 10
Conteúdo 401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	36		3; 5; 8
Conteúdo 403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	37	1	8
Conteúdo 403-6 Promoção da saúde do trabalhador	31; 37	1	8
Conteúdo 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	39		4; 8; 10

ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI

GRI	PÁGINA	PACTO	ODS
8. Tema material: Cultura Organizacional e Gente			
Conteúdo 404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	35; 37; 38		5; 8; 10
Conteúdo 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Como trata-se do primeiro relatório não há reformulações a serem reportadas. 35; 37; 38		5; 8; 10
Conteúdo 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	27; 29; 30; 32; 35	6	5; 8
Conteúdo 407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	40	3	8
9. Tema material: Estratégia de Sustentabilidade			
Conteúdo 103-1 Explicação do tópico material e seu Limite	41		
Conteúdo 103-2 Forma de gestão e seus componentes	41; 44		
Conteúdo 103-3 Avaliação da forma de gestão	44; 45; 46; 47		
Conteúdo 301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	46	7; 8	12
Conteúdo 301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	47	7; 8	8; 12
Conteúdo 302-3 Intensidade energética	45	7; 8	7; 8; 13
Conteúdo 302-4 Redução do consumo de energia	45	7; 8	7; 8; 13
Conteúdo 303-5 Consumo de água	45	7; 8	6
Conteúdo 305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	45	7; 8	3; 12; 13
Conteúdo 306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	47	7; 8	3; 6
Conteúdo 306-3 Resíduos gerados	47	7; 8	3; 6; 12
Conteúdo 308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	42	7; 8	
Conteúdo 409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	41	4	8
Conteúdo 413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	49		17
Conteúdo 415-1 Contribuições políticas	48		16
Conteúdo FS14 Iniciativas para melhorar o acesso a serviços financeiros para pessoas desfavorecidas	42		
Conteúdo FS16 Iniciativas para melhorar a educação financeira por tipo de beneficiário	47		
10. Tema material: Cliente			
Conteúdo 103-1 Explicação do tópico material e seu Limite	51		
Conteúdo 103-2 Forma de gestão e seus componentes	51; 52; 58		
Conteúdo 103-3 Avaliação da forma de gestão	65		
Conteúdo 418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	21	1; 2	16
12. Tema material: Desempenho Econômico			
Conteúdo 103-1 Explicação do tópico material e seu Limite	66		
Conteúdo 103-2 Forma de gestão e seus componentes	66		
Conteúdo 103-3 Avaliação da forma de gestão	54; 59; 60		
Conteúdo 201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	69		8; 9

MERCANTIL
DO BRASIL