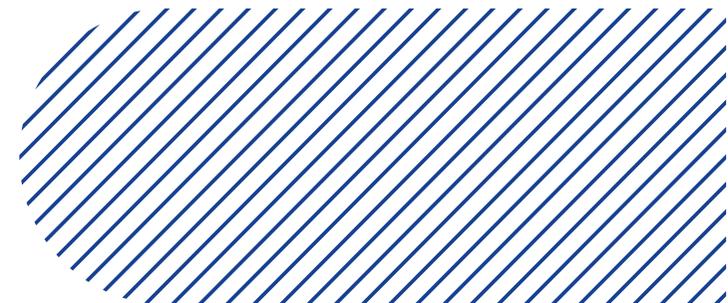


# MERCANTIL DO BRASIL



RELATÓRIO 2021



## ÍNDICE

mensagem da administração	07	governança corporativa	45
quem somos	12	capital humano	71
destaques 2021	18	responsabilidade socioambiental	86
desempenho econômico	22	sumário gri	97
clientes	34		



## SIMPLES, PRÓXIMO E DIGITAL

A nossa jornada começa em uma pequena agência, na cidade de Curvelo, Minas Gerais. Naquele espaço, em 1943, alguns bancários de vocação deram vida a um Banco que sempre buscou crescimento, sem perder de vista uma das características mais marcantes destes 79 anos de história: a proximidade.

Trata-se de um conceito levado tão a sério, que a palavra faz parte do propósito do Banco e, junto a um jeito simples e acolhedor de lidar com gente, mostra como os traços da mineiridade podem ser a base para uma atuação consistente e perene de uma instituição sediada em Belo Horizonte que, a partir de Minas, ganhou o Brasil.

Gostamos de cultivar relações duradouras com base na ética e na confiança. Por isso, nosso principal valor não poderia ser outro: “Viver o cliente”. E fazemos isso pensando também no cuidado com os mais de três mil profissionais que nos fazem ser o que somos.

A possibilidade de incentivar o bem-estar e o brilho nos olhos dos colaboradores nos estimula. Para isso, criamos condições para que eles se desenvolvam, formando equipes com diversos talentos.

Como resultado, construímos um clima interno que se reflete não só no diferencial do nosso atendimento, mas em pesquisas sobre a qualidade do nosso ambiente de trabalho.

E nem por isso, deixamos de investir em inovação, segurança de dados, na digitalização de processos que podem facilitar a vida do nosso cliente e na nossa governança corporativa. Perto de completar 80 anos, não cansamos de olhar para as necessidades dos nossos clientes e nos reinventar, sem perder a nossa essência.

**Somos o Banco Mercantil do Brasil!**

## SOBRE O RELATÓRIO

O Banco Mercantil do Brasil, em mais uma iniciativa para reafirmar o compromisso com a transparência, a sustentabilidade e as boas práticas de governança, divulga, pelo segundo ano consecutivo, o seu Relatório de Sustentabilidade.

A elaboração do conteúdo das páginas a seguir baseou-se em temas identificados como sendo os de maior impacto para os *stakeholders* do Mercantil do Brasil e empresas do Grupo, conforme estudo de **materia- lidade** realizado em 2020, a partir de consulta interna e de análises setoriais. Os capítulos deste documento trazem informações que destacam as principais ações da empresa relacionadas às áreas social, ambiental e de governança corporativa.

A metodologia adotada pelo Banco é a da *Global Reporting Initiative* (GRI), que está em consonância com as tendências mundiais

relacionadas à transparência na prestação de contas, por dialogar com os principais indicadores de reporte globais e por permitir comparar os resultados apurados com a performance de outras empresas do mesmo setor, que também sigam a metodologia.

De periodicidade anual, o relatório foi preparado de acordo com os **Standards da GRI: opção Essencial** e abrange o período de **1º de janeiro a 31 de dezembro de 2021**. Eventualmente, também são apresentadas informações relevantes e pontuais dos primeiros meses de 2022.

Este relatório também trata dos primeiros desdobramentos do ingresso do Banco, em 2020, no Pacto Global das Nações Unidas. O Mercantil busca incorporar os 10 princípios do Pacto em todos os seus negócios, incluindo atividades relacionadas a direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção.

## TEMAS MATERIAIS

O estudo de materialidade apontou 16 tópicos importantes para o Grupo Mercantil e seus stakeholders, que incluem: clientes, colaboradores, acionistas, alta liderança, poder público, órgãos reguladores, associações setoriais, formadores de opinião, fornecedores e sindicatos. Os tópicos foram analisados e agrupados em seis temas considerados os mais relevantes:

- Gente e Cultura Organizacional
- Governança Corporativa
- Cliente
- Inovação e Tecnologia
- Desempenho econômico
- Estratégia de Sustentabilidade

## COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS

### PACTO GLOBAL

Em 2020, o Mercantil do Brasil assinou acordo para fazer parte do Pacto Global da ONU. Essa é a maior iniciativa de sustentabilidade empresarial do mundo, com mais de 13 mil membros

em quase 80 redes locais, que abrangem 160 países. A iniciativa é um incentivo para que as organizações de todo o mundo alinhem suas operações e estratégias a dez princípios universais pautados em direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção.



**Pacto Global**  
Rede Brasil



### OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

O Pacto Global também apoia o setor empresarial para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), também da ONU. Esses objetivos já estavam de algum modo inseridos em diversas práticas do Mercantil

citadas ao longo deste relatório. Com a adesão ao Pacto, o Banco reafirmou seu compromisso com uma agenda pública voltada para o bem-estar coletivo. As iniciativas do banco Mercantil contribuem com 12 dos 17 ODS.

***Ao longo deste relatório você encontra selos dos ODS que indicam que a iniciativa retratada naquela página contribui para o alcance de metas relacionadas ao respectivo ODS.***

Os dados consolidados e divulgados neste relatório foram aprovados por comitês internos, tendo sido submetidos ainda à leitura do Conselho de Administração e da Diretoria. As informações financeiras apresentadas neste relatório foram elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e auditadas pela PwC. Dados complementares sobre o Mercantil do Brasil podem ser acessados no site ([www.mercantildobrasil.com.br](http://www.mercantildobrasil.com.br)) ou na página de relações com investidores ([ri.mercantildobrasil.com.br](http://ri.mercantildobrasil.com.br)).

**Ótima leitura!**



DÚVIDAS, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS SOBRE O RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DEVEM SER ENCAMINHADOS PARA O E-MAIL:

[RELACOESCOMINVESTIDORES@MERCANTIL.COM.BR](mailto:RELACOESCOMINVESTIDORES@MERCANTIL.COM.BR)



## MENSAGEM DO PRESIDENTE

Escrevo esta mensagem em maio de 2022, ano que precede o aniversário de 80 anos do Mercantil do Brasil. Com este marco tão próximo, algumas reflexões são inevitáveis. Percebo que, ao longo do tempo, conseguimos manter o olhar atento para as mudanças na nossa sociedade. Passamos por transformações que tornaram a instituição mais moderna e conectada às necessidades do mercado, sem descuidar dos valores que fazem o Mercantil.

A partir de um planejamento vigoroso e dinâmico, baseado em inovação, digitalização, renovação da cultura empresarial e compromisso de suas lideranças, o Mercantil do Brasil vem trabalhando, nos últimos dois anos, na direção de um objetivo muito claro: ser o melhor ecossistema financeiro para o público 50+. E queremos promover essa renovação sem abandonar os valores, a experiência e os aprendizados que são uma marca do Banco, pelos quais somos reconhecidos e dos quais nos orgulhamos – o atendimento cordial, a proximidade e a simplicidade.

Em 2021, conforme você poderá conferir nas páginas deste Relatório de Sustentabilidade com fatos e dados, atingimos resultados recordes e marcos importantes que só aumentam a nossa confiança de estarmos no caminho certo.

Ao refletir sobre a trajetória do Banco, da qual faço parte há quatro décadas, é gratificante pensar que nesses quase 80 anos geramos empregos, formamos pessoas, inclusive oferecendo aos jovens a chance do primeiro trabalho. Nessa jornada, construímos um ambiente com oportunidades de desenvolvimento e capaz de acolher pessoas das mais diversas, afinal, para o Mercantil, diferenças somam. Temos orgulho desse time, e reforçamos o compromisso em seguir nos aprimorando para manter a equipe motivada, em busca de crescimento pessoal e profissional.

Nessa jornada que atravessou décadas e fatos históricos, também passamos a fazer parte da história de muitas outras famílias que encontraram no Mercantil do Brasil a oportunidade de financiar

***“Nessa jornada que atravessou décadas e fatos históricos, também passamos a fazer parte da história de muitas outras famílias que encontraram no Mercantil do Brasil a oportunidade de financiar um imóvel, de obter empréstimo para a compra do primeiro carro”.***

um imóvel, de obter empréstimo para a compra do primeiro carro, de levantar recursos para a aquisição de uma máquina agrícola ou de viabilizar o capital para um empreendimento.

Atualmente, com o redirecionamento do nosso foco para o atendimento ao público 50+, essas histórias passam pela democratização do acesso des-



sas pessoas ao sistema bancário. Dessa forma, promovemos a chamada inclusão financeira já que, em muitos casos, o beneficiário do INSS está abrindo a sua primeira conta bancária. Os beneficiários representam maioria na carteira dos cerca de 5 milhões de clientes do Mercantil do Brasil, marco alcançado em maio de 2022.

Ao mesmo tempo, buscamos corresponder às expectativas dos acionistas que confiam no Banco e fomentam o nosso crescimento, dos fornecedores, prestadores de serviços e outros parceiros de negócio que, em alguma, medida dependem da nossa atuação. A esse desafio buscamos responder com seriedade, atuando dentro de elevados padrões de ética, governança e gestão de riscos. Acredito que essa é a melhor forma de exercermos a nossa responsabilidade social.

É por isso que defendo que, ao nos lançarmos a esse movimento de transformação do Mercantil do Brasil, estamos nos preparando para continuarmos a fazer, no futuro, o que sabemos fazer de melhor: sermos os fiadores de sonhos e realizações.

**Luiz Henrique Andrade de Araújo**  
Presidente do Mercantil do Brasil

## MENSAGEM DO CEO

Fechamos 2021 com resultados muito sólidos: atingimos um lucro líquido histórico de R\$184,5 milhões, mesmo em um cenário de incertezas, marcado pelo segundo ano de pandemia, pela elevação nas taxas de inflação e aumento da inadimplência. Esse resultado deve-se a uma estratégia bem-sucedida de diversificação dos produtos oferecidos pelo Banco e de aumento consistente da base de clientes, que dobrou no último ano. Em especial, a carteira de crédito, que saltou 152% em dois anos. Também crescemos 70% em seguros e as transações com cartões de crédito emitidos pelo Banco aumentaram 50%.

Consolidamos nossa posição como um dos maiores pagadores de benefícios do INSS, passando a ocupar a quinta posição no *ranking*, o que também nos coloca na liderança entre os bancos médios. Não há dúvidas de que são números consistentes e importantes para assegurar a sustentabilidade do Mercantil do Brasil e que merecem ser comemorados.

O maior dos resultados, no entanto, está na vontade diária de transformar

que tem impulsionado nosso time. Trata-se de um movimento capitaneado pelas lideranças, com a anuência do Conselho de Administração, e que demonstra o alinhamento dos diferentes níveis em prol da estratégia.

Queremos fazer do Mercantil do Brasil o melhor ecossistema para atendimento ao público 50+. Isso significa desenvolver soluções que possam simplificar o cotidiano desses clientes, deixar o acesso aos serviços e produtos bancários mais simples e ágil, usando os canais que as pessoas preferem e as tecnologias que façam sentido para elas.

Por essa razão, temos investido fortemente em inovação e digitalização, respeitando sempre nossas vocações históricas, especialmente o atendimento gentil, a simplicidade, a capacidade de atender aos anseios do cliente, além da garantia de solidez financeira. Queremos reunir o melhor de um Banco digital, como a agilidade e a capacidade de inovar, com um atendimento cada vez mais cuidadoso e humanizado para o nosso cliente.

***“É como eu costumo dizer: temos que criar asas, com raízes, isto é, abrir espaço para a inovação, sem perder de vista a ligação e o respeito aos nossos valores”.***

Da porta para fora, um Banco que se transforma para oferecer excelência ao cliente. Da porta para dentro, muito trabalho: incentivo constante à apresentação de ideias e uso de metodologias ágeis e de inteligência de dados para tomar decisões e desenvolver soluções. Sabemos que o comprometimento do nosso colaborador requer a valorização da diversidade nas equipes e um ambiente de trabalho onde as pessoas, cada vez mais, se sintam encorajadas para inovar sem medo de errar. É como eu costumo dizer: temos que “criar asas, com raízes”, ou seja, abrir espaço para a inovação, sem perder de vista a ligação

e o respeito aos nossos valores. Como resultado desse processo, já diminuimos o tempo de conclusão dos projetos, que levava uma média de 272 dias, para 62 dias, e a nossa meta é chegar a 45 este ano.

Também decorrentes desse movimento de transformação, que está só começando – sabemos que mudar uma cultura exige tempo e persistência – estamos cuidando do nosso legado social. Recentemente, fizemos a adesão espontânea a alguns compromissos públicos, como o Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, os quais buscamos apoiar nas frentes que têm mais sinergia com o nosso negócio, como educação e valorização da equidade de gênero. Cumprir nossa função social e a nossa inspiração ESG passa, na minha visão, pela inclusão digital e financeira de uma faixa da população com

50 anos ou mais e que representa atualmente quase 1/3 da população brasileira, com tendência de aumento nos próximos anos.

Por fim, gostaria de agradecer ao Conselho de Administração e aos investidores, pela confiança e pelo apoio que tenho recebido nestes dois anos em que estou à frente dos negócios do Mercantil do Brasil, e aos demais *stakeholders*, especialmente às lideranças e a suas equipes, que não têm economizado esforços nesta nossa jornada de transformação, em que estamos construindo uma ponte para o futuro. Agradeço, principalmente, aos nossos clientes, a quem esperamos continuar dando motivos para se orgulharem de estar conosco.

**Gustavo Henrique Diniz de Araújo**

CEO do Banco Mercantil do Brasil



## PROPÓSITO



Ser o Banco que você escolhe e confia: simples e próximo.

## VALORES



### Vivemos o cliente.

Nossa razão de existir.



### Gente é o que move a gente.

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



### Brilho nos olhos.

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



### Diferenças somam

Promovemos inclusão e diversidade.  
Visões diferentes rendem melhores  
entregas.  
Compartilhamos experiências e  
conhecimentos.



### Resultado consistente é resultado sustentável.

Inovamos com simplicidade e eficiência.  
Nos superamos a cada desafio.



### Ética sempre



# Quem somos

## QUASE OITO DÉCADAS E O COMPROMISSO DE CONTINUAR EVOLUINDO

Nessas quase oito décadas, juntamos a nossa tradição com o olhar atento para as demandas de cada momento de transformação da nossa sociedade. Com isso, conseguimos projetar o futuro e pensar no constante processo de modernização, mantendo sempre como base os nossos valores.

Trata-se de um movimento permanente e que ficou ainda mais visível nos anos 2000, quando iniciamos importante etapa de automação de processos e demos origem a novos produtos e serviços, entre eles o empréstimo con-

signado. Atualmente, ele representa o nosso principal produto de crédito, e que, em 2021, alcançou crescimento de 60% e uma marca de R\$5,7 bilhões.

Outro importante marco na nossa história é o ano de 2010, quando conquistamos, no primeiro leilão do INSS, o direito de fazer do Mercantil do Brasil responsável pelo pagamento de benefícios em Minas Gerais e São Paulo.

Nos anos seguintes, com a participação do Banco em todos os lotes dos novos leilões, alcançamos diferencial competitivo e, hoje, temos acesso integral à base de beneficiários do Brasil, ou seja, 36 milhões de clientes em potencial.

Com isso, nos orgulhamos de estar entre os **cinco maiores pagadores de beneficiários do INSS no país**. E ocupamos esse espaço sempre com o compromisso de seguir evoluindo.

***“Nos anos seguintes, com a participação do Banco em todos os lotes dos novos leilões, alcançamos diferencial competitivo e, hoje, temos acesso integral à base de beneficiários do Brasil, ou seja, 36 milhões de clientes em potencial”.***

## ONDE ESTAMOS



## NOSSA HISTÓRIA

**1943**

Inauguração da primeira agência em Curvelo, Minas Gerais, com o nome Banco Mercantil de Minas Gerais

**1953**

Aquisição da empresa pela família Araújo

**1955**

Incorporação do Banco Industrial de Minas Gerais aos ativos da Empresa

**1960**

Incorporação dos bancos Santa Cruz e Metrópole

**1968**

Inauguração do edifício sede em Belo Horizonte que, desde então, é a casa da equipe administrativa

**1970**

Criação do BMI, Banco Mercantil de Investimentos

**1972**

Incorporação do Banco Indústria de Campina Grande

## NOSSA HISTÓRIA

**1977**

Realização do IPO, quando passa a listar suas ações na bolsa

**1995**

Implantação do Internet Banking

**2000**

Automação de processos e novos produtos, como o crédito consignado

**2013**

O MB entra para as Redes Sociais (Facebook, Twitter e Instagram)

**1974**

Incorporação do Banco Mercantil do Brasil e mudança oficial de nome



**1999**

Revitalização de Identidade visual e Rede de Agências

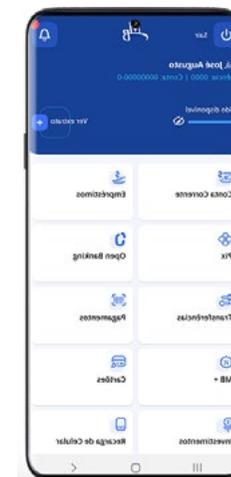


**2010**

Vence leilão do INSS em Minas Gerais e interior de São Paulo

**2014**

Implantação do primeiro APP do MB



## NOSSA HISTÓRIA

## 2018

Certificação ISO 9001 para a Agência Matriz, comprovando a qualidade do atendimento

## 2020

Redesenho do Resolva Aqui, agora Bem Aqui, e inauguração de 9 lojas

- Publicação da primeira edição do Relatório Anual de Sustentabilidade



## 2019

Redesenho dos valores e propósitos do Banco

- Início das ações de transformação cultural e digital pelo Banco
- Inauguração das lojas Resolva Aqui
- Correspondente autorizado do Grupo Mercantil do Brasil

## 2021

Migração para o nível 1 da B3, consolidando sua Governança Corporativa

- Lançamento do Domo, *hub* de inovação e tecnologia
- Inauguração de 16 lojas Bem Aqui, expandindo a rede própria de correspondentes autorizados.
- Reformulação do App
- Início dos atendimentos via WhatsApp





# Destques de 2021



## R\$ 184 milhões

de lucro líquido, crescimento de 22%.



## 5° maior

pagador de beneficiários do INSS  
no Brasil.\*



## 4,3 milhões

de clientes, crescimento de 67%.



## 75%

deste total são pessoas físicas com  
50 anos ou mais.



## R\$ 5,7 bilhões em crédito

consignado, crescimento de 60%.



## 815 mil clientes

com seguros, crescimento de 25%.



## 1,4 milhão de clientes

com cartão em uso, crescimento de 12%.



## R\$ 8,9 bilhões

de *cross sell* e engajamento, cresci-  
mento de 38%.



## 64% das transações

bancárias realizadas pelo aplicativo,  
crescimento de 20%.



## 58% de atendimentos digitais

 via WhatsApp.

Investimentos de

## R\$137 milhões

 em inovação.

*\*Resultado alcançado nos primeiros dias de 2022*



- **Nível 1 de Governança Corporativa da B3:** as empresas enquadradas nessa categoria passam a divulgar informações adicionais a aquelas previstas em lei para os investidores.

- **Melhores empresas para trabalhar:** 3ª posição entre as empresas mineiras e 4º lugar entre as Instituições Financeiras no *ranking* do *Great Place to Work* (GPTW) Nacional.

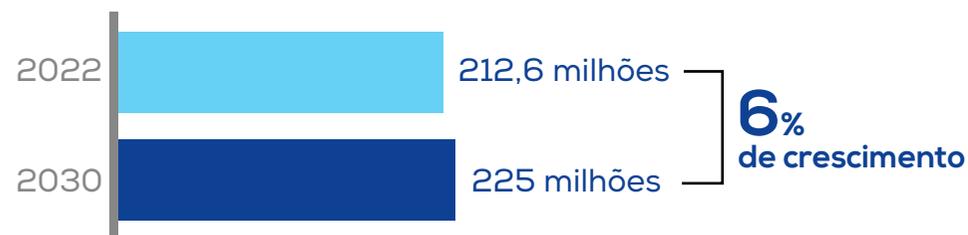
VEJA OUTROS RESULTADOS  
NO CAPÍTULO  
DESEMPENHO ECONÔMICO 

## O MELHOR ECOSISTEMA FINANCEIRO PARA O PÚBLICO 50+

Nos tornamos um Banco especializado no atendimento aos beneficiários do INSS e clientes 50+ a partir de uma busca constante para conhecer cada vez mais quem são essas pessoas, quais as suas necessidades e como podemos atuar de modo cada vez mais eficiente. Com base no conhecimento construído até aqui, identificamos nossa vocação e percebemos um importante cenário de crescimento.

## PROJEÇÃO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA EM 2030

### População brasileira



### População com 50+ anos

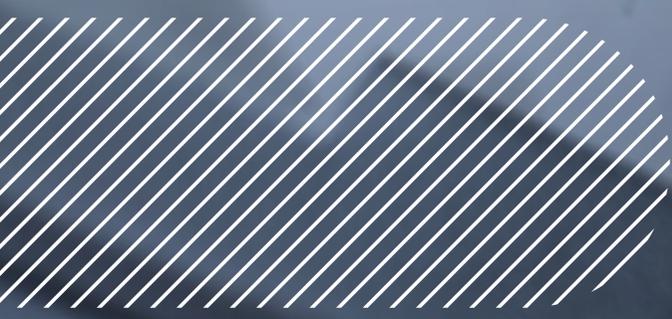


## RECONHECIMENTOS

O atendimento de excelência é convertido em resultados que comprovam a satisfação dos clientes:

- Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, na categoria Bancos de Médio Porte (2020 e 2021);
- Patamar de Excelência, com pontuação 81, no índice NPS (Net Promoter Score), que fornece informações sobre fidelidade dos clientes e se eles indicariam o Banco;
- Pontuação de 8,9, considerada ótima, na Plataforma Reclame Aqui, site de reclamações contra empresas sobre atendimento, compra e serviços.

VEJA OUTROS  
RECONHECIMENTOS EM  
PRÊMIOS E CERTIFICAÇÕES



# Desempenho econômico

## CONTEXTO ECONÔMICO

As informações financeiras do Banco Mercantil do Brasil são publicadas trimestralmente em relatórios nos quais acionistas, investidores, analistas de mercado e demais interessados podem ter acesso a todos os indicadores, interpretações e avaliações do nosso negócio. Esses documentos são públicos e podem ser obtidos no site de [Relações com Investidores do Banco](#).

Também são disponibilizadas no canal [youtube.com/mercantildobrasil](https://www.youtube.com/mercantildobrasil) pequenas apresentações com um resumo dos números de cada trimestre. Após o fechamento de cada ano, ainda é realizada uma apresentação, na mesma plataforma, com espaço dedicado ao esclarecimento de dúvidas dos investidores.

Apesar da importante melhora do contexto de pandemia com o desenvolvimento das vacinas contra a Covid-19 e o avanço da imunização, o ano de 2021 e o início de 2022 ainda foram marcados pela presença de surtos da doença em todo o globo e o temor de um retorno a patamares mais restritivos das medidas sanitárias.

Nesse cenário, alguns blocos econômicos expressivos registraram, em 2021, melhora de desempenho e o PIB mundial conseguiu esboçar uma reação com crescimento estimado de 5,5%, resultado animador após a queda de 3,4% verificada em 2020.

No Brasil, a situação não foi diferente. O país encerrou 2021 com crescimento de 4,6% no PIB. No ano anterior, a queda havia sido de 3,9%. A recuperação foi impulsionada essencialmente pelo aumento no nível de atividade nos setores de serviços, comércio e indústria. Apesar disso, o período foi marcado por alta da inflação e sucessivas elevações da taxa Selic. A inflação medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Am-

***Quando a Selic está mais elevada, o custo de captação de recursos pelas instituições financeiras também fica mais alto e o desafio de oferecer opções atrativas de crédito aos clientes aumenta.***

plô (IPCA) chegou a 10,06%, percentual bastante elevado em relação aos 4,52% registrados em 2020.

Para tentar conter esse avanço, o Banco Central adotou políticas monetárias mais restritivas para estabelecer um equilíbrio entre crescimento econômico e estabilidade dos preços. Como resultado, a taxa Selic saiu do patamar de 2,0% em março de 2021 para 9,25%, em dezembro.

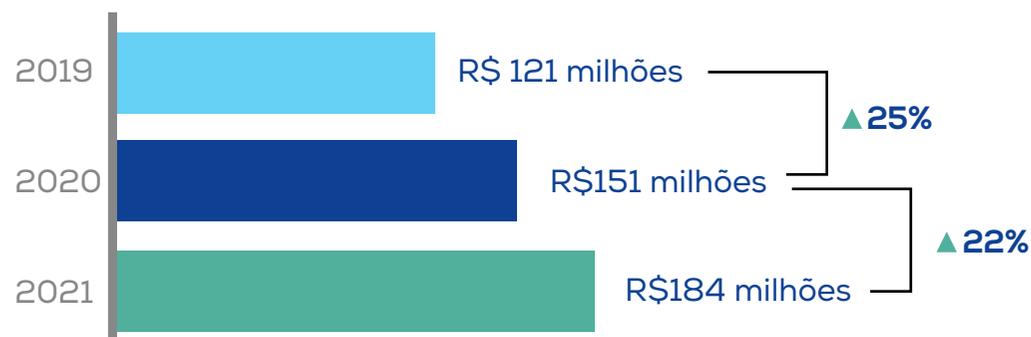
Essa variação afeta de forma relevante diversos setores da economia, em especial, o bancário. Afinal, quando a Selic está mais elevada, o custo de captação

de recursos pelas instituições financeiras também fica mais alto. Com isso, existe uma tendência para que o crédito concedido aos clientes se torne mais caro e, assim, o desafio de oferecer opções atrativas a esse público se torna ainda maior.

Apesar desse contexto, conseguimos alcançar resultados expressivos que demonstram a competência da gestão do Banco para avaliar, a cada momento, como o futuro irá se desenhar, e a partir disso, traçar a melhor estratégia para o negócio. O investimento em tecnologia e o uso de dados para a tomada de decisão foram fundamentais para o desempenho no ano de 2021.

Em 2022, com a guerra na Ucrânia iniciada em fevereiro, o cenário exige atenção aos impactos do conflito na economia brasileira. Um dos efeitos imediatos é o aumento do preço do petróleo, gerando alta nos preços dos combustíveis com tendência de crescimento da inflação. Esse fator, com influência direta na definição, pelo Banco Central, da taxa básica de juros, representa mais um desafio para o setor bancário e exigirá empenho na busca de alternativas no fornecimento de crédito.

## LUCRO LÍQUIDO



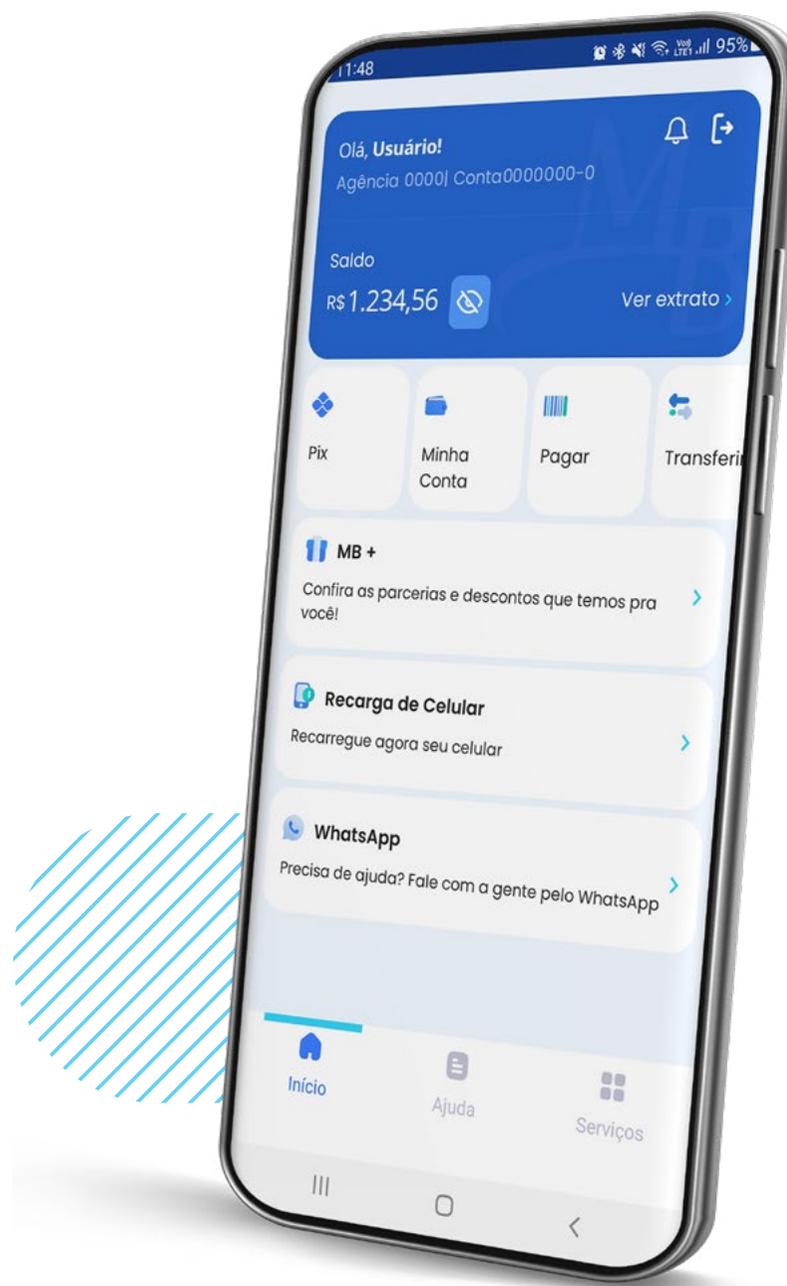
## PRODUTOS E SERVIÇOS

A inovação tem sido uma aliada para avançarmos ainda mais em nosso objetivo de ser o melhor ecossistema financeiro para o público 50+. Nossos projetos buscam conhecer profundamente os perfis dos clientes para saber a hora certa de oferecer determinado produto, quais as principais demandas desses grupos e interesses por serviços, propensão de compra e capacidade de pagamento. Os dados também nos guiam para desenvolver produtos e serviços, em tempo recorde e com a eficiência necessária.

## NOVO APP

Um exemplo é a nova arquitetura do aplicativo do Banco, que viabilizou a entrega de uma experiência mais ágil e moderna para o cliente. O app, no qual foram feitos investimentos R\$ 5 milhões, ficou mais simples, rápido, moderno e leve (passou de 102 mega para 17). Isso significa que qualquer pessoa com um *smartphone* pode baixar e utilizar o aplicativo com facilidade.

Atualmente, a plataforma responde por 64% das transações do Mercantil, aumento de 20% em relação a 2020, provando que também está perfeitamente alinhada ao perfil do público 50+.



### ATENDIMENTO VIA WHATSAPP



**58%**

dos atendimentos digitais do Banco Mercantil são feitos por WhatsApp;

**15 de cada 100**

pessoas que acessam esse canal, fazem alguma contratação;

**93% das vendas**

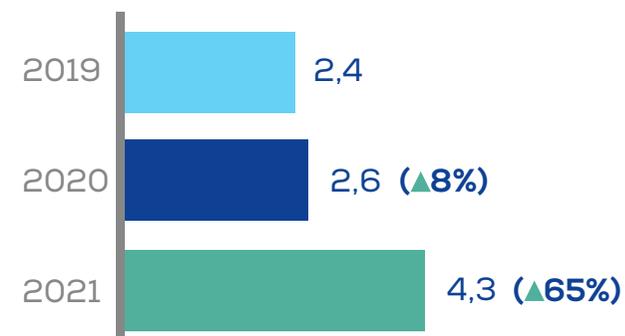
de WhatsApp são para novos clientes.

### SALTO DIGITAL

A evolução da base de clientes mostra como o investimento em tecnologia promove resultados consistentes. Nos últimos três trimestres de 2021, um aumento considerável pôde ser visto com um incremento de 700 mil clientes no último trimestre. Isso mesmo sem registrar um aumento considerável da rede física do Banco, ou seja, o sucesso do desempenho está intimamente ligado ao uso dos canais digitais.

### EVOLUÇÃO NO NÚMERO DE CLIENTES

(em milhões)



Tão importante quanto observar esse crescimento é verificar que, na prática, ele está acompanhado também da manutenção de clientes ativos, que contrataram, em média, 3,9 produtos e geraram receitas para o Banco.



## R\$ 8,9 bilhões

foi o valor da nossa carteira de crédito em dezembro de 2021.



## 38% de aumento

de forma pulverizada com maior expansão entre os produtos considerados de mais baixo risco, como o empréstimo consignado.



## 37,3% foi o crescimento

dos empréstimos consignados em comparação com 2020.



## 19,1% de crescimento

no crédito pessoal, considerado de maior risco.

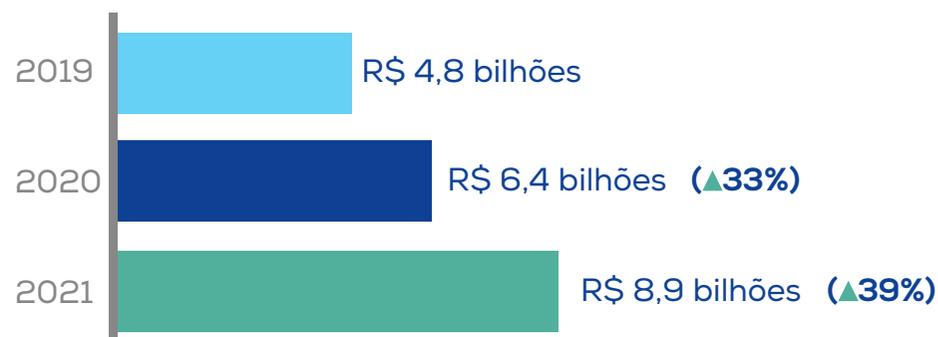


## 92% da carteira

de crédito em 2021 foram representados por operações classificadas nas faixas de menor risco (em 2020 correspondiam a 89,2%).

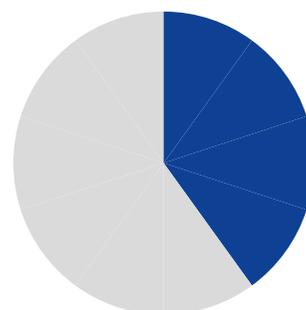
O cenário ilustra como itens que representam maior segurança passaram a ganhar mais espaço no portfólio do Mercantil, indicando um crescimento saudável da carteira.

### CARTEIRA DE CRÉDITO

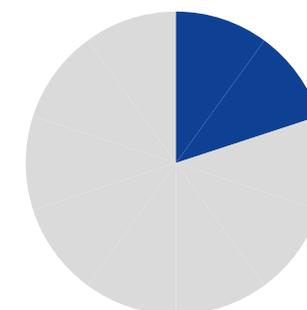


## DESTAQUES DA CARTEIRA DE CRÉDITO DE 2021

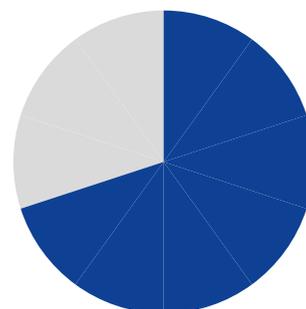
**Crédito consignado**



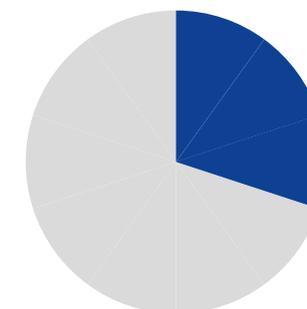
**Crédito pessoal**



**Conta corrente**

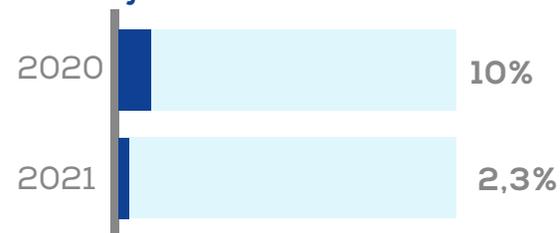


**Investimentos**

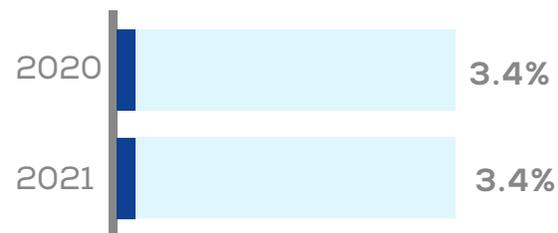


## BAIXA INADIMPLÊNCIA

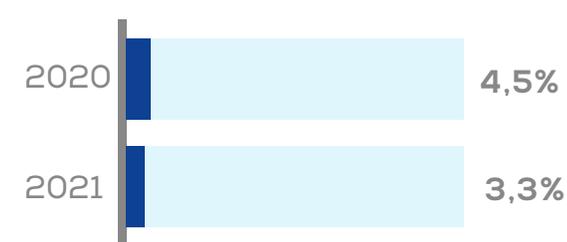
### Pessoa jurídica\*



### Pessoa física\*



### Total\*

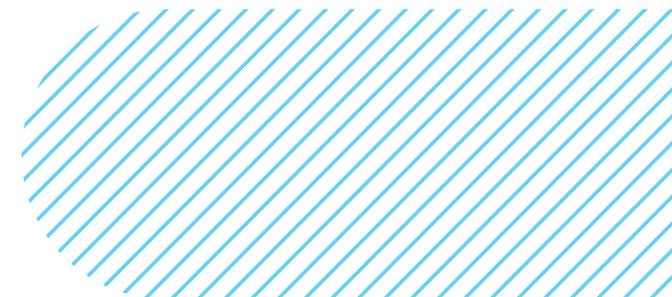


\*Percentuais referentes ao fechamento do ano.

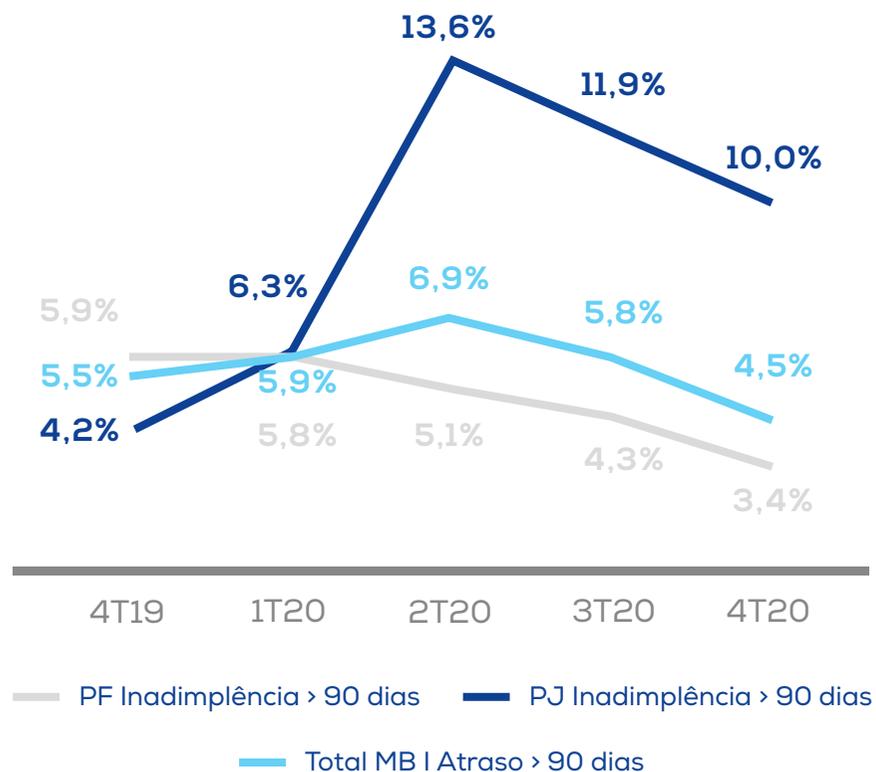
Quando se trata da inadimplência, medida em períodos superiores a 90 dias, é possível observar evolução importante na carteira de pessoa jurídica, com queda nas taxas à medida que o MB vem reduzindo a exposição a esse público.

Os óbitos registrados, sobretudo em função da pandemia, e um aumento sutil na contratação de crédito pessoal não consignado são alguns dos fatores que ajudam a entender a movimentação que levou os números de inadimplência da carteira de pessoa física, ao final de 2021, para os mesmos patamares do final de 2020, ou seja, 3,4%.

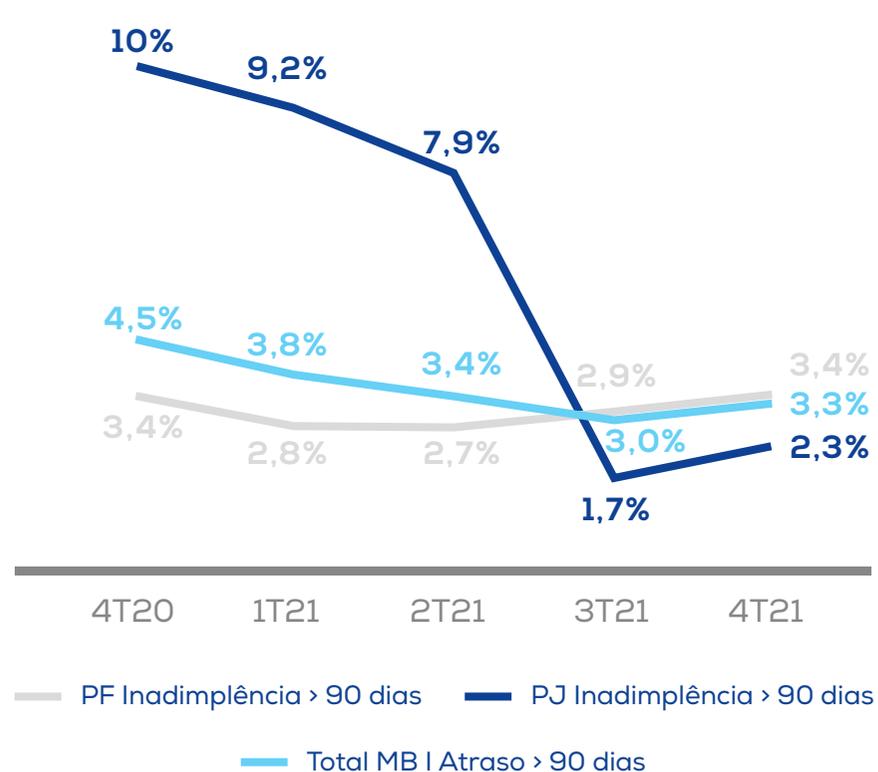
O resultado de 2021 é bastante positivo em comparação com ano anterior.



### INADIMPLÊNCIA 2020



### INADIMPLÊNCIA 2021





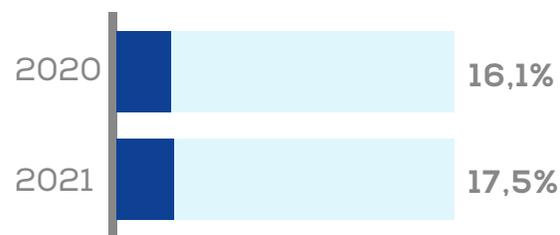
## CLASSIFICAÇÃO DE RISCO

O desempenho alcançado ao longo do ano permitiu conquistar, em um intervalo de menos de dois meses, duas elevações de *rating* por agências internacionais de classificação de risco. A Fitch Ratings, uma das três maiores agências do mundo, elevou o Rating Nacional de Longo Prazo de 'BBB-(bra)' para 'BBB+(bra)' e o Rating Nacional de Curto Prazo de 'F3(bra)' para 'F2(bra)'.

A evolução do modelo de negócios proporcionado pelo aumento da concessão de crédito consignado a beneficiários do INSS e a rentabilidade apresentada nos últimos balanços foram alguns dos fatores considerados como destaque para essa elevação. A S&P Global Ratings (S&P) também já havia elevado o rating de crédito de emissor de longo prazo de 'brBBB+' para 'brA'.

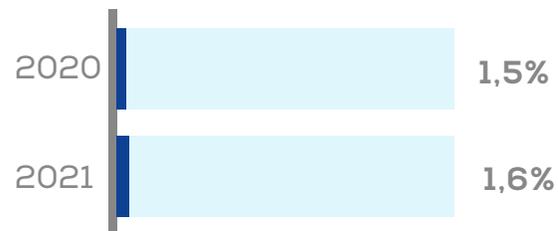
## ROAE (RETORNO SOBRE PATRIMÔNIO MÉDIO)

(a.a %)\*

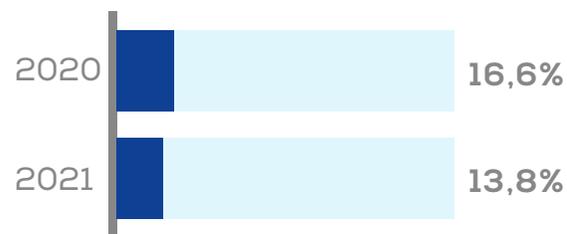


## ROA (RETORNO SOBRE ATIVOS)

(a.a %)\*



## ÍNDICE DE BASILEIA\*



\*Percentuais referentes ao fechamento do ano

A resiliência do Mercantil do Brasil diante do cenário econômico nacional rendeu a elevação na classificação da instituição financeira para BRCP1, de acordo com o RISKbank, que utiliza uma metodologia avançada de mensuração de risco bancário. Outros pontos favoráveis são os investimentos na transformação digital e o crescimento expressivo da carteira de crédito. Além disso, os esforços para aprimorar a governança com a adesão ao segmento Nível 1 de Governança Corporativa da B3.

Para o próximo ano, o Banco segue com a estratégia focada na expansão e aprimoramento dos canais digitais. Além disso, buscando caminhos para o crescimento da base de clientes mantendo o perfil de baixa concentração de ativos e passivos. Também continuará dando atenção especial ao desenvolvimento de produtos e serviços focados nos perfis de nossos clientes. Isso com intenso investimento em tecnologia para a tomada de decisões rápidas e o uso de dados.

O ano de 2022 se apresenta, assim como 2021, com perspectivas para mais um período de baixo crescimento do PIB nacional, persistência de alta da inflação e continuidade do ciclo de altas da taxa Selic, além de indefinição sobre o desfecho da pandemia e das eleições presidenciais marcadas para outubro de 2022. Consciente desse contexto, o Banco segue empenhado para garantir um crescimento saudável do negócio.

**VEJA OUTROS RESULTADOS  
EM DESTAQUES 2021**

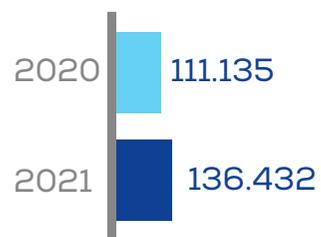


## VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO

### Valor econômico direto gerado (R\$ mil)



### Valor econômico retido (R\$ mil)



### Lucro retido (R\$ mil)



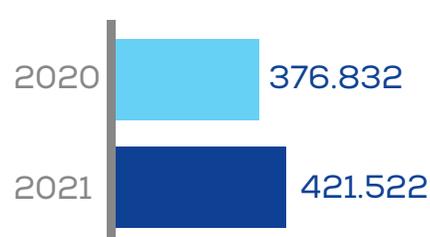
### Participação dos não controladores nos lucros retidos (R\$ mil)



### Valor econômico distribuído (R\$ mil)



### Pessoal (salário e benefícios dos empregados) (R\$ mil)



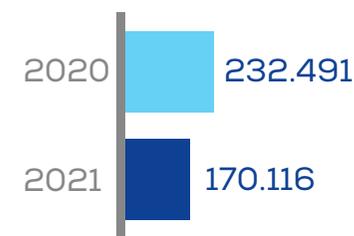
### Remuneração de capitais de terceiros (R\$ mil)



### JCP e dividendos (R\$ mil)



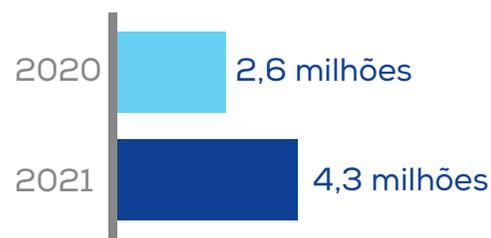
### Impostos, taxas e contribuições (R\$ mil)





# Clientes

## NÚMERO DE CLIENTES



O principal valor do Mercantil é “Vivemos o cliente”. E esse norte se reflete em uma escolha estratégica de qual o público prioritário do Banco e, ainda, em todas as ações desenvolvidas para prover a cada um deles uma experiência personalizada. Viver o cliente é investir em tecnologia e uso de dados para saber quais as principais expectativas, necessidades e melhores formas de atender.

O Mercantil tem como maior objetivo ser o melhor ecossistema financeiro para o público 50+, com atenção especial aos beneficiários do INSS. Essa decisão é motivada, como já citado anteriormente neste relatório, a partir de uma visão estratégica sobre a evolução do perfil

populacional brasileiro e, ainda, pelas conquistas do Banco ao longo de sua história, nos leilões do INSS.

Para promover um atendimento de excelência a esse público, a instituição financeira tem investido de forma consistente em tecnologia para inovação e expansão dos canais de atendimento. Uma cultura de valorização do uso de dados tem sido fundamental para entender o que o cliente precisa e testar hipóteses com agilidade para oferecer as melhores soluções.

Como resultado do trabalho desenvolvido, o Mercantil alcançou um salto no número de clientes no último ano, que chegou a 4,3 milhões em 2021.

## PONTOS DE ATENDIMENTO

O Mercantil do Brasil possui uma rede de 294 pontos de atendimento físicos distribuídos pelo Brasil, sendo 37 nas capitais e 257 no interior.



## CANAIS DE ATENDIMENTO

Os clientes são atendidos por meio de canais digitais – SAC e Ouvidoria, incluindo o WhatsApp, além de redes sociais, sites de defesa ao consumidor como, Reclame Aqui, e no próprio aplicativo do MB. Fazemos uso de inteligência artificial para agilizar o atendimento em todos os canais digitais.

### APLICATIVO MB

Um dos marcos do ano de 2021 é a reformulação do aplicativo do Banco. Um investimento de R\$ 5 milhões em uma nova arquitetura para a plataforma permitiu a entrega de uma nova experiência mais ágil e moderna para o cliente. O App que anteriormente precisava de um espaço de 102 mega, se tornou mais leve e agora é de 17 mega. Com isso, há uma maior democratização do acesso já que o aplicativo pode ser baixado em qualquer *smartphone*.

Esse grande aprimoramento é seguido de outras melhorias que ocorrem de forma contínua para que a cada 15 dias os clientes possam encontrar sempre uma novidade na plataforma. A observação

do comportamento do cliente também tem permitido garantir maior usabilidade e realizar ajustes com rapidez.

### MB MARKETPLACE

O uso de dados também tem sido fundamental para o fortalecimento do *marketplace* da instituição financeira contribuindo para uma identificação mais precisa de quais áreas e quais serviços o cliente percebe e atribui valor.

Esse movimento contribui para ampliar a utilização de serviços do Banco e ainda fortalecer a rede parceira, fator importante também para ajudar a movimentar a economia nas localidades em que o Banco atua.

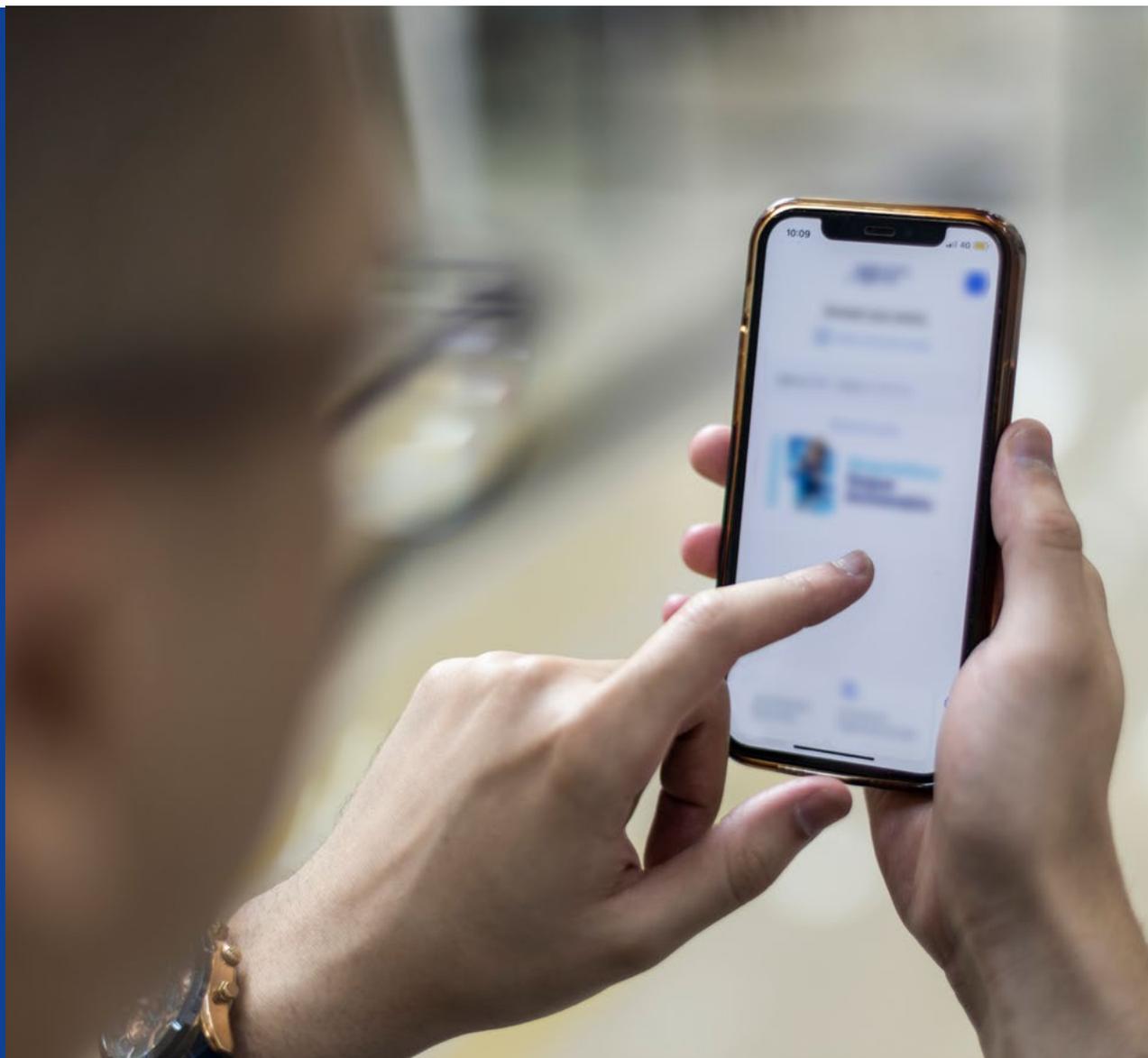
Uma a cada cinco compras com o cartão do Mercantil é realizada, por exemplo, em um dos 300 parceiros do MB+. Em 2021, foi observado ainda um aumento de ticket médio de 20% em transações realizadas nesses estabelecimentos que incluem farmácias, óticas, supermercados e outros se tornaram mais fáceis de serem utilizados.

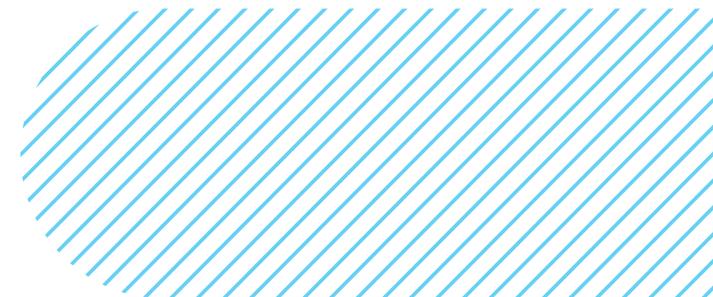
## DESEMPENHO DOS CANAIS DE ATENDIMENTO

- O aplicativo Mercantil corresponde a 64% das transações bancárias. Aumento de 20% em relação a 2020.
- WhatsApp corresponde a 58% dos atendimentos digitais.
- A cada 100 pessoas que acessam o WhatsApp, 15% acabam fazendo alguma contratação.
- Call center com 98,6% de resolubilidade de questões no primeiro contato com o cliente.
- 120 parceiros atuando digitalmente por meio da plataforma Meu MB lançada em 2021.
- 88% dos clientes usam e reusam pelo menos uma vez por mês um dos canais digitais do Banco.
- Todas as propostas de créditos são liberadas e pagas pelo Banco em 5 minutos, desde que o cliente manifeste esse interesse.
- 93% das vendas de WhatsApp são para novos clientes.

## REDES SOCIAIS

O investimento em marketing de performance junto ao público 50+ tem sido uma importante estratégia para ampliar a abrangência do Mercantil frente a esse grupo. A iniciativa foi testada como projeto piloto no início de 2021 e começou a funcionar em maior escala a partir de novembro. Hoje, mais de 1 milhão de pessoas já acessaram as páginas de conteúdo da instituição financeira, no Facebook, Instagram e Google Ads. Desse total, o Banco conseguiu uma conversão de 27%.





## NOVOS PRODUTOS E MELHORIAS

### Antecipação do saque do FGTS

Principal destaque do ano pelo alcance de clientes e também pelo tempo de desenvolvimento. Em apenas 16 dias, o produto já estava disponível no mercado e hoje é vendido na rede de atendimentos, WhatsApp e na plataforma de correspondentes bancários. Esse produto também se tornou o primeiro a ser comercializado em grande escala no WhatsApp. Fomentado por ações de marketing digital, também alcançou outros públicos para além do 50+.

### Cartão “Tá na mão”

Iniciativa que permite entregar o cartão bancário ao cliente no ato da abertura da conta. Esse procedimento normalmente seria feito por envio pelos correios com previsão de chegada de até 40 dias, no caso de localidades mais distantes. O uso de tecnologia viabilizou que a entrega imediata fosse realizada de forma segura, sem riscos de extravios, com custo menor e maior satisfação do cliente. O produto foi testado em uma agência como projeto piloto e agora está em fase de expansão.

### Autoriza ai

É uma nova forma de contratação à distância na qual o cliente sem aplicativo pode contratar produtos de forma digital e remota. Por meio de uma ligação telefônica para a agência, o cliente recebe uma mensagem de SMS com um *link* para fazer a validação do contrato e autenticação por biometria facial. Só em três meses, essa forma de contratação representou R\$ 41 milhões na carteira do Banco.

## Pix e open banking

No ano de 2021, o Banco entregou todas as funcionalidades via aplicativo para a realização desses dois serviços que são uma nova realidade e alcançaram forte adesão no cotidiano dos clientes. E para garantir maior tranquilidade a eles, o Mercantil criou um seguro contra fraudes relacionadas às transações por Pix.

Para fortalecer a adoção dessa ferramenta de pagamento e transferência, foi criado o Mix, mascote da Mel, nomeado em alusão a essa forma de transação bancária. O Mercantil do Brasil foi um dos cinco primeiros Bancos homologados pelo Bacen no sistema do Pix. Até 31 de dezembro de 2021, o Banco já acumulava 648.317 chaves cadastradas.

## Empréstimo consignado

Foi criada uma plataforma para melhoria na efetividade das contratações. Em 2021, a taxa de efetividade de averbação, relacionada à liberação da contratação pelo INSS, passou de históricos 40% para 70%.

Novas melhorias no sistema que possibilita a identificação da ineficiência de forma tempestiva estão sendo preparadas para que, em 2022, possamos atingir uma taxa de 80%.

## ACESSIBILIDADE

Oferecer a melhor experiência para os clientes passa pelo aprimoramento de ferramentas que permitam a cada um ter mais autonomia para esclarecer dúvidas, adquirir produtos e contratar serviços. Por isso, o investimento em acessibilidade é considerado de relevância para o Mercantil. Para atendimento à comunidade surda, o Banco utiliza o Hugo, assistente virtual de libras, que permite tradução simultânea dos conteúdos de texto e voz do site do MB para a Língua Brasileira de Sinais (Libras).

Cerca de 90% dos terminais de autoatendimento são acessíveis e projetados de acordo com a NBR 15250 - ABNT, para garantirmos o acesso a todos os clientes. O Banco disponibiliza no mínimo três terminais totalmente acessíveis em

cada um dos pontos de atendimento e o objetivo é promover a substituição gradativa para chegar a 100%.

Os pontos de atendimento possuem pelo menos um funcionário com conhecimento de Libras. Além disso, na Academia Mercantil, está disponível para os todos os colaboradores um curso de Libras que é obrigatório para os Gerentes e Supervisores Administrativos, Gerentes Beneficiários e Escriturários de Agência.



## SOLUÇÕES FINANCEIRAS

O Banco tem buscado ampliar seu portfólio de soluções financeiras diversificando e modernizando as formas de atendimento rumo a uma experiência cada vez mais diferenciada e digital. Esses avanços impulsionados pela tecnologia e uso de dados tem proporcionado o reconhecimento dos clientes e também do mercado.

### CRÉDITO

- Empréstimo consignado
- Empréstimo pessoal
- Capital de giro
- Cheque especial e empresa
- Cartões de crédito
- Financiamento Veicular

### SEGUROS

- De vida e acidentes pessoais
- Residência
- Automóveis
- Cartões
- Prestamista

### INVESTIMENTOS

- CDBs
- Fundo de investimento
- Letras financeiras
- Corretora de valores
- Poupança
- Previdência privada

## INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

Relançado em 2021, O DOMO DIGITAL foi projetado para viabilizar o desenvolvimento de soluções digitais e promover uma aproximação entre o Mercantil e o mercado de *startups*. É uma estrutura voltada à criação e testes de soluções tecnológicas para que possam ser futuramente integradas ao ecossistema do Banco. Além disso, promove a realização de eventos para a introdução de metodologias ágeis nas rotinas de trabalho das áreas.

Além desse *hub* de inovação, o Mercantil vem criando novas soluções e promovendo o aprimoramento de ferramentas lançadas no ano anterior.



## MEL

Simboliza o uso da Inteligência Artificial pelo Banco e a transformação digital que marca a nova fase do Mercantil, iniciada nos últimos anos. A Mel é capaz de interagir com as pessoas em linguagem natural, através de textos ou comandos de voz. Ela se tornou um canal de atendimento ao usuário e responde a perguntas sobre produtos e serviços, além de auxiliar em transações. Está presente no aplicativo e pode ser acessada pelo WhatsApp.



## OUVIDORIA E CONDUTA NO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

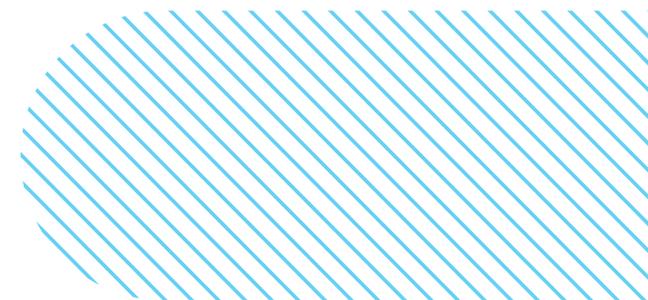
Resolver a manifestação do cliente de forma acolhedora e definitiva é o maior objetivo da Ouvidoria. A área interage constantemente em parceria com os demais setores do Banco por meio de reuniões para buscar as melhores soluções para as questões apontadas pelos clientes e usuários.

O Mercantil do Brasil possui Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários, a qual está em conformidade com a Resolução CMN 4.4949/21, e formaliza e consolida as diretrizes, os objetivos estratégicos e os valores organizacionais para tratar o tema, delimitando os papéis e responsabilidades dos diferentes níveis hierárquicos e áreas que participam desse processo.

Nesse contato também incentiva a negociação entre as partes, evi-

tando prejuízos aos clientes e também à instituição, reduzindo assim o prazo para solução de pendências e evitando que as questões sejam levadas ao Judiciário, além de colaborar para o fortalecimento da imagem do Mercantil.

Para apresentar as percepções de clientes, órgãos reguladores e de defesa dos direitos do consumidor, a Ouvidoria participa de



Comitês de Assessoria internos, contribuindo para melhor alinhamento e aplicação da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários:

- Clientes;
- Condutas Éticas;
- Controles Internos;
- *Suitability* em Produtos e Serviços.

A área atua ainda em um grupo de trabalho multidisciplinar criado pelo setor Jurídico para atuar nas demandas dos mutirões de conciliação feitos em parcerias com órgãos do poder judiciário contribuindo para a efetivação de bons acordos.

## CUSTOMER EXPERIENCE

A gestão da experiência do cliente durante sua jornada de interações com a empresa é de grande relevância para a Instituição, já que o propósito do Mercantil é cativar esse público sendo simples e próximo. O MB sempre fez uso de pesquisas para traduzir as percepções do seu público e levar às áreas demandas para aprimoramentos. As ações para melhorar esse contato com o Banco ganharam um reforço, em 2020, com a criação de uma área específica para tratar dessa temática.

Em 2021, foram aprimoradas iniciativas e promovidos mapeamentos de jornada e de persona para trazer dados que apresentem maior clareza sobre como o

cliente se sente. O levantamento inclui números e ainda indicadores comportamentais. Em um processo de imersão nesse contexto, foram realizadas visitas aos pontos de atendimento e comunicação direta com o cliente.

Além de entender as principais demandas e identificar gaps, todo o trabalho nesse sentido tem sido convertido em aumento do número de clientes e também na maior satisfação daqueles que já foram fidelizados.

## AS PRINCIPAIS FRENTES DE ATUAÇÃO DE CUSTOMER EXPERIENCE

- Aprofundar o conhecimento dos clientes ativos;
- Ampliar o entendimento sobre os motivos de *churn* (taxa de rotatividade);
- Redesenhar os pontos de contato;
- Manter abordagens sistemáticas para captura do *feedback* do cliente após suas interações com a empresa: pesquisas CSAT, NPS e Churn;
- 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.

## PRÊMIOS E CERTIFICAÇÕES

- Ouro no 22º Prêmio Consumidor Moderno pelo segundo ano consecutivo.
- Empresa do Ano no Prêmio Consumidor Moderno, eleito por votação popular.

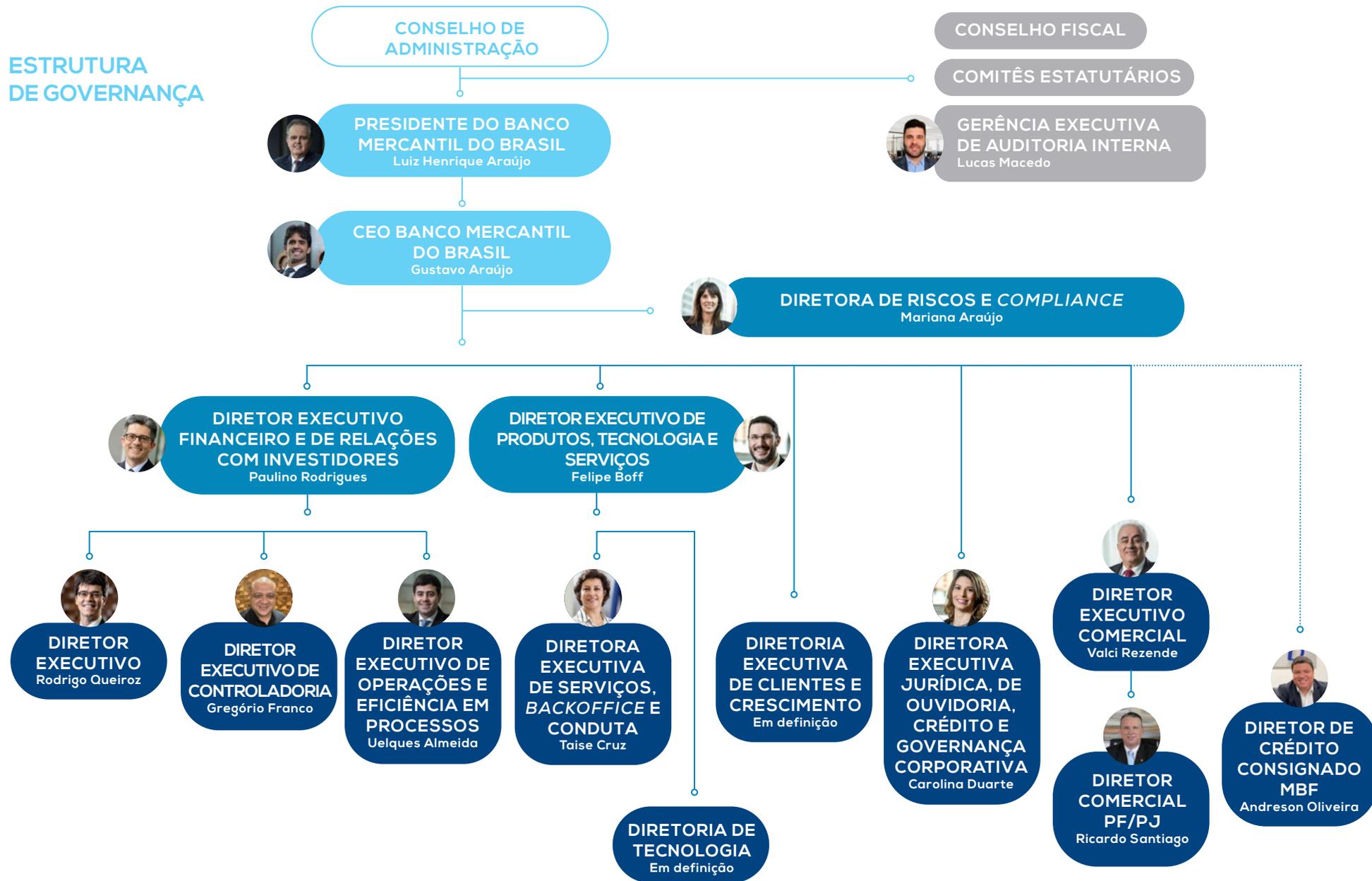


- Prêmio Smart Customer 2021 relacionado à qualidade do atendimento e dos serviços de relacionamento.
- Bronze no Prêmio ABT na categoria SAC – Serviço de Atendimento ao Cliente.
- Prata e bronze no prêmio Abrarec, realizado pela Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente.
- Ouro no prêmio LATAM na categoria “Líder em Estratégia direcionada ao Cidadão”.
- Prêmio Ouvidorias Brasil Abrarec – Ouvidoria vencedora com o case sobre o canal **consumidor.gov**
- Ouro no prêmio Cliente SA.
- Prata e Bronze no prêmio Atendimento Abrarec.



# Governança corporativa

## ESTRUTURA DE GOVERNANÇA



O Mercantil do Brasil conduz a sua governança corporativa com a participação de todos os níveis hierárquicos, valorizando a segregação de funções, sem abrir mão da sinergia entre as unidades. Entendida como instrumento fundamental para assegurar o crescimento sustentável para o negócio, a governança é pautada pelos princípios da transparência, equidade, prestação de contas (*accountability*) e responsabilidade corporativa, norteadores alinhados com os valores da empresa.

A estrutura de Governança Corporativa do Mercantil do Brasil é formada hoje pelos seguintes níveis:

ASSEMBLEIA GERAL DE ACIONISTAS

CONSELHO FISCAL

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

COMITÊS ESTATUTÁRIOS: COMITÊ DE  
AUDITORIA E COMITÊ DE REMUNERAÇÃO

PRESIDÊNCIA

VICE-PRESIDÊNCIA EXECUTIVA

DIRETORIAS EXECUTIVAS

DIRETORIAS

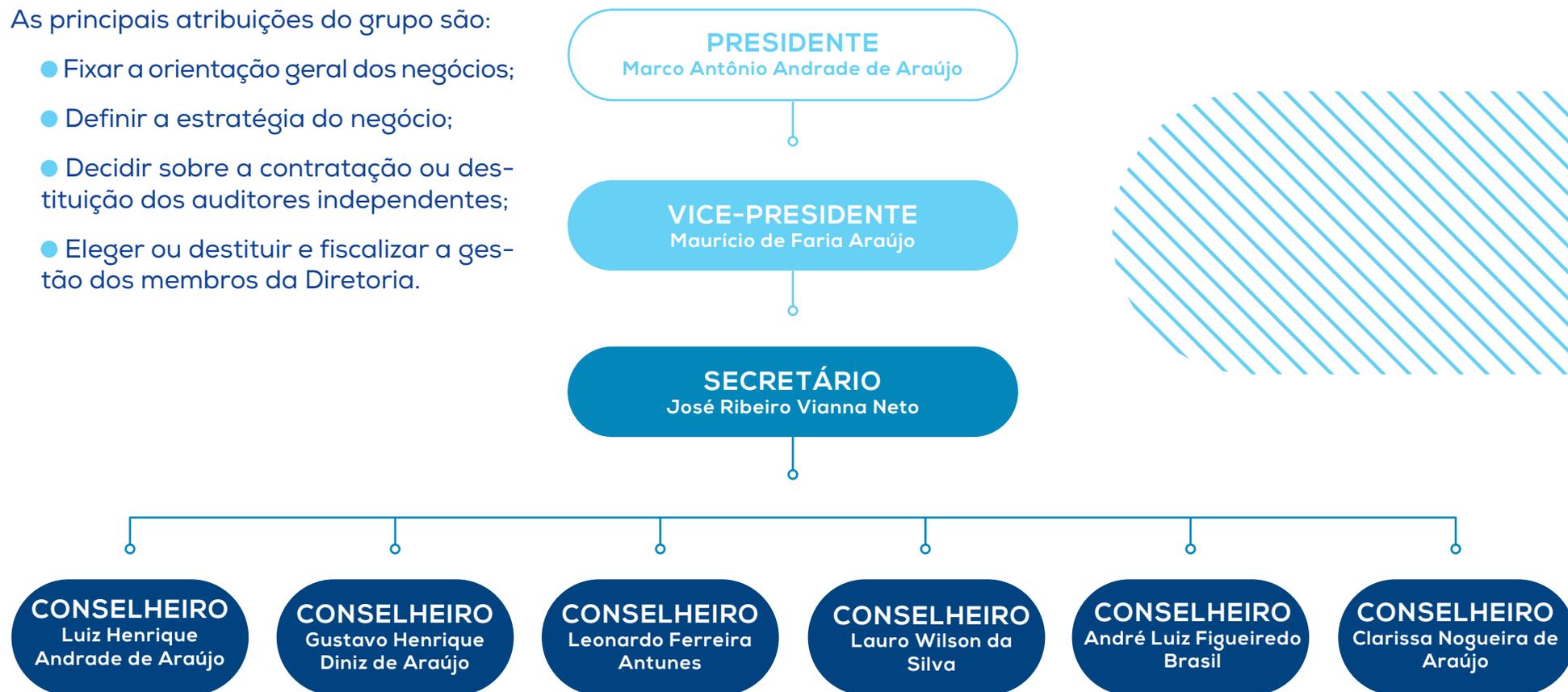
Em busca das melhores práticas de governança, essa estrutura é periodicamente revista, de forma a garantir níveis apropriados de alçadas, independência e segregação, conforme demonstra o organograma ao lado.

O Conselho de Administração é composto por nove membros eleitos em Assembleia Geral para mandato unificado de dois anos, com possibilidade de reeleição. Para ocupar os cargos, os candidatos devem atender aos requisitos exigidos pela legislação e pelo estatuto social do banco. Dentre os seus membros empossados, o Conselho elege, por maioria absoluta de votos, o seu Presidente, o seu Vice-Presidente e o seu Secretário.

## MEMBROS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO (MANDATO DE 2020 A 2022)

As principais atribuições do grupo são:

- Fixar a orientação geral dos negócios;
- Definir a estratégia do negócio;
- Decidir sobre a contratação ou destituição dos auditores independentes;
- Eleger ou destituir e fiscalizar a gestão dos membros da Diretoria.





## CONSELHO FISCAL

O Conselho Fiscal é instalado anualmente por solicitação dos acionistas em Assembleia Geral. É composto por cinco membros efetivos e cinco suplentes, com atribuições previstas em lei.



## DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Os poderes e atribuições da Diretoria são estabelecidos pela lei, pelo Estatuto Social e também pelo Conselho de Administração. Em 31 de dezembro de 2021, a Diretoria era composta por 12 membros, sendo: 1 Diretor-Presidente, 1 Vice-Presidente executivo, 8 Diretores Executivos e 2 Diretores. Os integrantes da diretoria são eleitos para um mandato unificado de dois anos, permitida a reeleição, pelo Conselho de Administração, que poderá destituir os membros a qualquer tempo.



## COMITÊS

### Comitês Estatutários

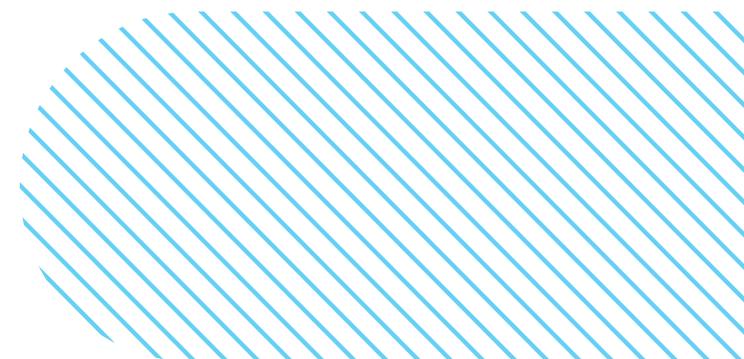
O Mercantil do Brasil possui dois Comitês Estatutários de assessoramento permanente ao Conselho de Administração, descritos no Estatuto Social.

### Comitê de Auditoria

Conta com um regimento interno próprio, sendo responsável, entre outros, pela revisão das demonstrações financeiras, avaliação da efetividade das auditorias interna e externa, bem como pelo cumprimento pela diretoria das recomendações feitas pelos auditores.

### Comitê de Remuneração

Responsável pela elaboração e revisão anual da política de remuneração dos administradores, compatível com a política de gestão de riscos, e proposição da remuneração global anual dos administradores a ser submetida à Assembleia Geral.

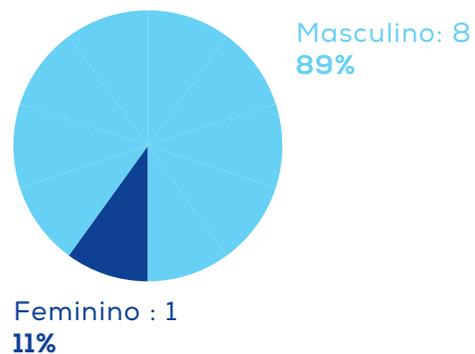


## COMPOSIÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO (mandato vigente em 31/12/2021)



### Conselho de Administração

#### Gênero

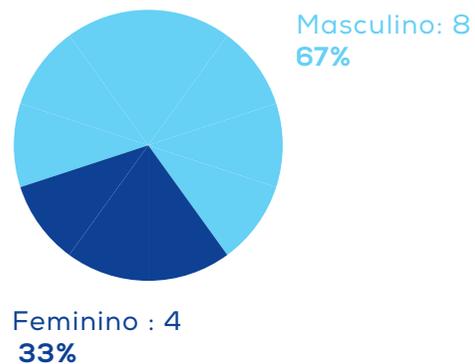


#### Faixa etária



### Diretoria

#### Gênero



#### Faixa etária



## Remuneração dos administradores

A Assembleia Geral Ordinária aprova a remuneração global anual dos administradores e membros do Conselho Fiscal, que é distribuída em observância à Política de Remuneração dos Administradores, formulada e atualizada anualmente pelo Comitê de Remuneração e submetida à aprovação do Conselho de Administração, em reunião ordinária, com os devidos registros, atendendo os dispositivos da Resolução Bacen nº 3.921.

A Política de Remuneração dos Administradores do Banco estabelece as diretrizes, os critérios, as regras, os parâmetros e os valores limites de remuneração fixa e variável anuais atribuíveis aos administradores e membros de comissões e comitês eleitos e empossados. A Política prevê as seguintes formas de remuneração que são utilizadas para os administradores: remuneração fixa, remuneração variável (participação nos lucros e contratação de bônus) e benefícios. As informações relativas à remuneração são devidamente divulgadas, nos termos exigidos pelos órgãos reguladores (Bacen e CVM) e podem ser consultadas pelos *stakeholders* no item 13 do Formulário de Referência do Banco, disponível no seu site de Relações com Investidores e nos websites da CVM/B3.

## Migração para o Nível 1 de Governança Corporativa da B3

Em 2021, o Mercantil do Brasil migrou suas ações para o segmento especial de listagem do Nível 1 da B3, reforçando o seu comprometimento com a transparência frente aos *stakeholders* e com as boas práticas de governança corporativa.

Assim, o MB se comprometeu com práticas de governança que vão além daquelas exigidas pela lei, incluindo a manutenção de, no mínimo, 25% das ações em circulação no mercado.

Com essa migração, a organização também ingressou no Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC), confirmando o compromisso com a sustentabilidade corporativa.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA DO GRUPO MERCANTIL DO BRASIL

# MERCANTIL DO BRASIL



## Associação ao IBGC

O ano de 2021 marcou a adesão do Mercantil do Brasil ao IBGC, Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, o que, além de reforçar a importância dada pela instituição às boas práticas de governança, possibilita a troca de informações para aprimoramento contínuo, com participação em cursos e eventos organizados pelo IBGC.

## Digitalização de Livros Societários e Assinaturas Eletrônicas de Atas

Para maior modernização das práticas, os livros societários do Mercantil do Brasil se tornaram 100% digitais o que torna a disponibilização das atas para auditorias mais dinâmica e transparente. A adoção de ferramenta de assinatura eletrônica também contribuiu nesse sentido.

## Secretaria de Governança Corporativa

Foi criada, ainda, a Secretaria de Governança Corporativa, alocada no âmbito da Gerência de Governança Corporativa e Relações com Acionistas, que apoia técnica e administrativamente na realização das reuniões dos órgãos da administração, incluindo a Assembleia Geral, o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal, a Diretoria e os Comitês Estatutários.



## Código de Ética

Construído de forma didática, com linguagem acessível e exemplos práticos, o Código de Ética do Mercantil do Brasil traz orientações sobre a conduta pessoal e profissional nas interações cotidianas. O documento é aplicado aos seguintes grupos:

- **Colaboradores:** administradores, empregados e estagiários, independentemente de cargo ou função exercidos;
- **Terceiros:** acionistas, investidores, fornecedores, prestadores de serviços e parceiros;
- **Demais públicos:** agentes intermediários e associados, donatários, patrocinados

Já no início da jornada no Grupo Mercantil do Brasil, os colaboradores recebem as informações sobre o código e assinam um termo de conhecimento confirmando a leitura do documento. Em conjunto com a divulgação dos valores do MB, o Código de Ética é foco de comunicação interna e treinamentos que reforçam o compromisso com o comportamento esperado e as diretrizes estabelecidas.



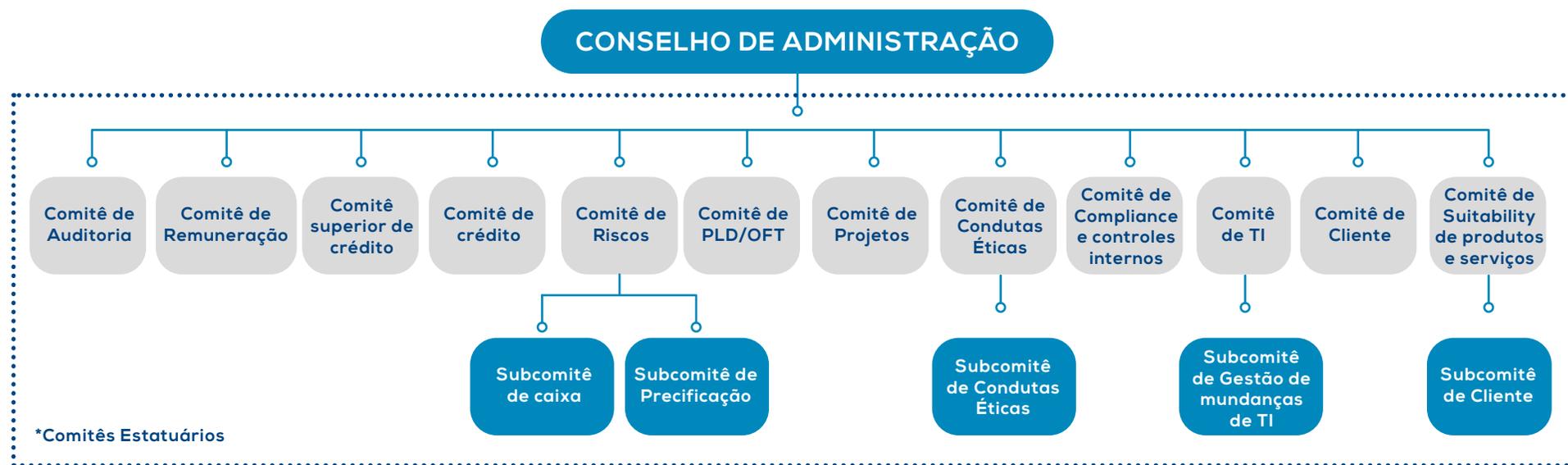
## GERENCIAMENTO INTEGRADO DE RISCO E DE CAPITAL

O Mercantil do Brasil conta com um sistema de gestão de riscos e capital que contempla governança com a definição de responsabilidade dos diferentes níveis hierárquicos e estrutura adequada para a tomada de decisões ágeis e embasadas, além de políticas, processos, procedimentos, controles, manuais e outras ferramentas condizentes com a natureza das suas operações e com a complexidade dos produtos e serviços oferecidos. Dessa forma, é possível garantir a efetividade das ações.

O gerenciamento de Riscos e Capital segue uma abordagem integrada. Assim, é possível organizar o processo decisório e definir os mecanismos de controle dos níveis de risco aceitáveis e compatíveis com o volume de capital disponível, em linha com a estratégia de negócio adotada.

Os princípios fundamentais que regem o modelo de governança de riscos são a independência da função de riscos

em relação à área de negócios e o total envolvimento da Alta Administração nas tomadas de decisão, que ocorrem de forma colegiada. Assim, o gerenciamento dos Riscos e Capital é constantemente monitorado pela Estrutura Corporativa de Comitês, que têm suporte da estrutura de gerenciamento integrado de Riscos e de Capital e das demais áreas envolvidas na gestão da estratégia e do desempenho.

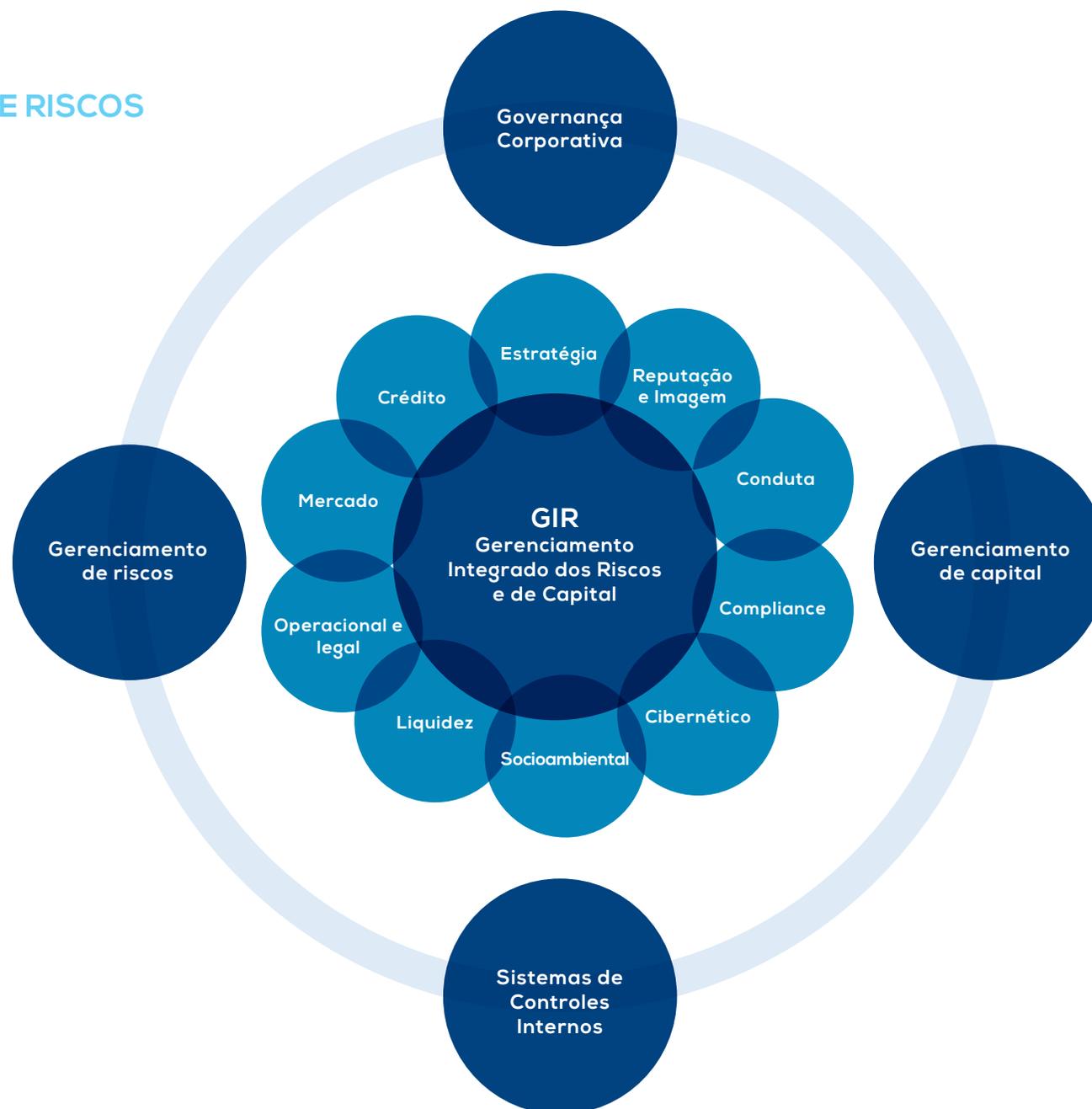


## ESTRUTURA DE GERENCIAMENTO DE RISCOS

A consolidação dos riscos abrange as exposições relevantes inerentes às linhas de negócio da Instituição, agrupados principalmente nas seguintes categorias de riscos: Mercado (incluindo de Taxa de Juros da Carteira Bancária), Liquidez, Crédito, Operacional e Legal, Social, Ambiental, Climático, Estratégia, Conduta, Cibernético, Reputação e Imagem, Conformidade e PLD.

A gestão dos Riscos atua por meio de avaliações dinâmicas sob uma ótica predominante de antecipação, em um processo estruturado que compreende o mapeamento, a apuração, a consolidação e a análise dos valores em risco, cujos níveis de exposição e disponibilidade de Capital são monitorados a partir de limites operacionais, incluindo simulações em condições normais e de estresse.

Os reportes apresentam informações qualitativas e quantitativas sobre os resultados apurados de forma a subsidiar a tomada de decisão dos Comitês de Riscos e da Diretoria na condução dos negócios da Instituição.



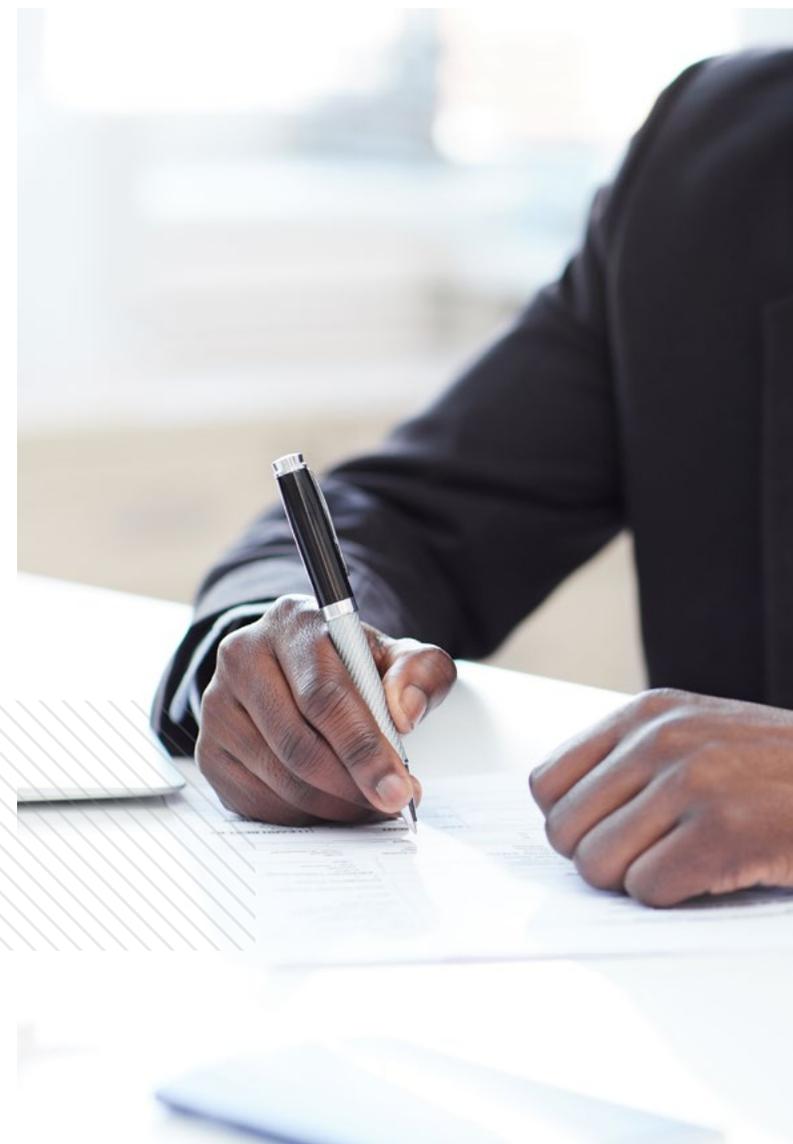
## Declaração de Appetite a Riscos (RAS)

Para alcançar seus objetivos estratégicos, a Instituição assume riscos de diferentes tipos e naturezas inerentes à prática bancária e, para isso, define os níveis aceitáveis de riscos em que deseja incorrer, mantendo controles para sua identificação, mensuração, avaliação, monitoramento, reporte, controle e mitigação.

A definição dos limites de apetite e tolerância ao risco é uma prática adotada no Mercantil do Brasil, sendo baseada em critérios objetivos, sempre em conformidade com as diretrizes estratégicas estabelecidas pelo Conselho de Administração.

A Declaração de Appetite a Riscos (RAS) é o documento formal, base de comunicação dos riscos admitidos para o cumprimento dos objetivos estratégicos junto à Diretoria e gestores responsáveis, para que estes sejam considerados como norte na condução diária do negócio.

O acompanhamento do apetite se dá por meio de painéis de controle, alertas periódicos e relatórios de gerenciamento de riscos e de acompanhamento da performance da Instituição, em que os níveis da governança são informados quanto às exposições a riscos, a utilização dos limites vigentes e a necessidade de acionamento de planos de ação para correção dos desvios de metas.



## Controles internos

O Sistema de Controles Internos no Conglomerado Mercantil do Brasil visa proporcionar segurança razoável na realização dos processos do Banco a partir da implantação de controles internos adequados, gerando impacto positivo para o alcance dos objetivos estratégicos.

As diretrizes e os procedimentos estão formalizados na Política Institucional do Sistema de Controles Internos, aprovada pelo Conselho de Administração e revisada pelo menos uma vez ao ano. A metodologia para gestão do Sistema de Controles Internos baseia-se nas orientações do COSO e consiste no estabelecimento de um processo contínuo, constituído de cinco componentes inter-relacionados: Ambiente de Controle; Avaliação e Ge-

renciamento de Riscos; Atividades de Controle; Informação e Comunicação; Monitoramento e Aperfeiçoamento.

Para garantir a presença e o perfeito funcionamento dos componentes de controle, são realizadas avaliações contínuas por órgãos internos e externos. Ferramentas como base de perdas operacionais, segurança da informação no ambiente tecnológico, testes de desenho e de efetividade de controles, medidas preventivas de fraudes externas e internas; a avaliação de risco no desenvolvimento de produtos e serviços (*risk by design*), e indicadores-chave de riscos assumem papel importante na identificação de vulnerabilidades. Caso identificadas, são feitas recomendações de aperfeiçoamento por meio de planos de ação.



## Gestão de Continuidade dos Negócios

Trata-se de um importante mecanismo para assegurar a resiliência do Banco frente aos desafios que podem ser enfrentados, promovendo, assim, um ambiente mais seguro às operações do ponto de vista de clientes, colaboradores e acionistas. Tem como principal objetivo garantir o andamento dos processos de negócios críticos à sobrevivência do banco em caso de crises capazes de gerar interrupção de suas atividades essenciais.

Nesse sentido, o Mercantil utiliza metodologia com todas as especificações formalizadas em Planos de Contingência Operacional (PCOs) com descrição da estrutura de pessoal, logística e recursos para a continuidade dos negócios, que são parte de um Plano de Contingência Corporativo que possui foco em cenários de indisponibilidade que podem afetar o atendimento ao cliente e os serviços prestados.

O processo é formalizado por uma Política Institucional de Gestão da Conti-

nuidade dos Negócios, a qual abrange todas as empresas do grupo Mercantil, o que viabiliza uma estrutura enxuta e ágil para a tomada de decisões. O escopo da Gestão de Continuidade dos Negócios engloba três pontos de atuação, cada qual com sua governança e pontos de controle:

- **Continuidade de Tecnologia;**
- **Continuidade dos Pontos de Atendimento;**
- **Continuidade de Negócios (Administração Central)**



## Política Institucional de Prevenção à Corrupção

Alinhada às melhores práticas de mercado e focada no atendimento às determinações legais, a Política Institucional de Prevenção à Corrupção do Mercantil do Brasil atua para prevenir práticas de corrupção, fraudes e outras ações que possam causar danos à administração pública. Além disso, também busca garantir que todos os *stakeholders* estejam em conformidade com a ética e as regras e procedimentos sobre o assunto.

Para dar apoio a essa política, o Mercantil do Brasil conta com alguns instrumentos, entre eles, podem ser destacados:

### Cartilha de Prevenção à Corrupção

É um documento disponível em todos os canais institucionais e no site do Banco. Apresenta orientações a todo colaborador sobre o tema.

### Treinamento de Prevenção à Corrupção

Contribui para reforçar os princípios éticos que são a base da organização para prevenir a corrupção, fraudes e outros atos com prejuízo para a administração pública. É um treinamento obrigatório, oferecido a todos os colaboradores e realizado de forma *online*.



Cem por cento dos colaboradores e parceiros comerciais do Mercantil do Brasil foram comunicados sobre políticas e procedimentos anticorrupção do Banco. Um total de 2.400 colaboradores (76% do total) já haviam passado por treinamento específico em 2021.

## Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo (PLDFT)

O Programa de PLDFT do Mercantil do Brasil foi desenvolvido considerando os perfis de risco da organização, dos clientes, da Instituição, das operações, transações, produtos e serviços e dos seus colaboradores, parceiros e prestadores de serviços terceirizados. Constitui-se de política, procedimentos e controles capazes de mitigar os riscos da utilização da Instituição para práticas de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo, respeitando-se os quatro grandes pilares de uma gestão baseada em riscos:

- Conheça seu Cliente, Parceiro e Empregado (KYC, KYP e KYE): processos de identificação, qualificação e classificação;
- Risco do Cliente: classificação por meio de modelos estatísticos por perfil de público (Avaliação Interna de Riscos – AIR);
- Risco da Operação: monitoramento contínuo, por meio de sistemas e modelos estatísticos, das operações e movimentações financeiras do cliente em relação à sua capacidade financeira;
- Avaliação da Efetividade do processo de gerenciamento de PLD.



## RELACIONAMENTO COM PARTES INTERESSADAS

O estreitamento contínuo das relações do Banco Mercantil do Brasil com os seus mais variados públicos é desenvolvido por diferentes áreas da organização por meio de canais especializados para cada público e tema, com destaque para o relacionamento com o cliente (SAC, Ouvidoria), mercado (RI) e mídias sociais. Também é uma prática frequente do Banco a realização de pesquisas voltadas à avaliação dos níveis de satisfação de públicos estratégicos, como clientes e colaboradores.



### Canais de denúncias

De forma sigilosa, por meio de fornecedores externos, 24 horas por dia, ao longo dos sete dias da semana, o Mercantil do Brasil disponibiliza canais que permitem a comunicação de situações que estejam infringindo normas, princípios e valores da organização. Nesse processo, é garantida a condição de anonimato ao denunciante.

As manifestações recebidas por meio desses canais da empresa são direcionadas ao Comitê de Condutas Éticas, que coordena a execução de processos investigativos e a implementação de planos de ação.

Amplamente divulgadas, essas são as formas de recebimento de denúncias adotadas pelo Mercantil:

- Telefone **0800.601.8653**, que conta com atendimento pessoal terceirizado;
- Site **[www.contatoseguro.com.br/mercantildobrasil](http://www.contatoseguro.com.br/mercantildobrasil)**;
- Aplicativo **“Contato Seguro”**.

Também é estabelecido um fluxo para tratamento de denúncias enviadas por meio de canais destinados a essa finalidade, como o SAC e a Ouvidoria.

Todos os integrantes da organização, desde a alta administração até os terceiros, que descumpram de forma comprovada normas internas ou externas estarão sujeitos a medidas disciplinares proporcionais à gravidade do fato.



Os elementos que dão suporte à gestão do relacionamento com clientes e usuários são:

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

### Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários

É responsável por formalizar e consolidar diretrizes, valores e objetivos que devem ser levados em conta na condução das operações junto a clientes e usuários. Busca fortalecer uma cultura organizacional com base em comportamentos cooperativos e equilibrados, em conformidade com os produtos e serviços oferecidos pela organização.

Essa política é aplicável aos colaboradores e prestadores de serviços, norteados a condução de suas atividades tendo em vista os preceitos éticos, responsabilidade, transparência e diligência, em consonância com os compromissos listados no Código de Ética da instituição.

### Política de Gestão de Consequências

É aplicável aos colaboradores da instituição e descreve quais são as medidas disciplinares aplicáveis caso haja violação de alguma das normas da organização. Estabelece critérios que garantam o cumprimento dos padrões éticos de conduta definidos e, ainda, o monitoramento por meio de metodologias de gestão.



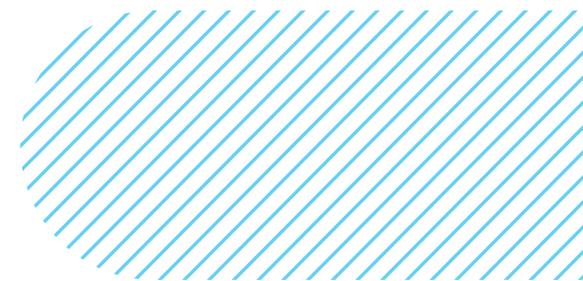
### Risco de Privacidade

O risco de privacidade está associado à violação à proteção de dados por meio do acesso indevido a qualquer informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável, assim como aos dados pessoais sensíveis, por qualquer parte não autorizada, que pode resultar na perda da confidencialidade, integridade e/ou disponibilidade de informações.

Em um contexto de crescimento significativo de utilização de dados, e em atendimento aos preceitos da Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD, foi estabelecido internamente um Programa de Privacidade que contempla: estrutura de controles internos, governança, ferramentas e processos de monitoramento dos dados, fluxo de atendimento aos direitos dos titulares, relacionamento com órgãos regulamentares, segurança da informação e de acesso, comunicação interna e externa, treinamento e normatização.

O DPO da Instituição, nomeado pelo Conselho, possui em sua estrutura um escritório de privacidade, constituído por uma equipe multidisciplinar formada por representantes do Compliance, Jurídico e Segurança da Informação, com papéis e responsabilidades distintas.

A gestão da privacidade no MB está em constante evolução para refletir seus objetivos de negócio e novos cenários de vulnerabilidade.





## RISCO CIBERNÉTICO E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

O risco cibernético é representado pela possibilidade de incidentes como ataques, intrusões e vazamentos que possam comprometer a confidencialidade, a integridade e/ou a disponibilidade dos processos, ativos e/ou infraestrutura críticos do Mercantil do Brasil.

A estrutura de gerenciamento do risco de segurança cibernética busca assegurar que os ativos e infraestrutura crítica de TI sejam capazes de resistir a ataques cibernéticos. Tal estrutura é adotada de maneira corporativa e envolve diversas áreas, garantindo que os riscos possam ser identificados, mensurados, tratados e comunicados, contribuindo para que os objetivos estratégicos sejam alcançados.

Para permitir a avaliação adequada dos riscos e apoiar os gestores e a Alta Administração na tomada de decisão, o Mercantil do Brasil segue os pilares de Segurança da Informação e Cibernética, sendo eles: Confidencialidade, que garante que a informação não será acessada ou revelada a indivíduos, entidades ou processos não autorizados; Integridade, assegurando que a informação não sofreu alteração indevida e tem a sua exatidão e completude preservadas; e disponibilidade, ou seja, garantia de que a informação estará acessível aos colaboradores autorizados sempre que necessário

O Mercantil do Brasil possui uma Política Institucional de Segurança Cibernética e da Informação para impedir ou minimizar impactos provocados por algum incidente cibernético relevante ou prejuízo da capacidade produtiva de seus negócios. Além disso, prevê a recuperação de perdas de ativos da informação provocadas por esses eventos.

As estratégias utilizadas têm como finalidade evitar violações da segurança dos dados, diminuir riscos de indisponibilidade

dos serviços e evitar o vazamento de informação. Nesse sentido são adotados processos rígidos na detecção, prevenção e monitoramento. Tudo isso conduzido de forma ininterrupta e com resposta imediata a ataques e tentativas de invasões. A aplicação de metodologias reconhecidas no mercado contribui para garantir elevados padrões de performance, segurança e qualidade das tecnologias e serviços utilizados.

O programa para atendimento à Resolução CMN 4658, que trata da segu-

rança cibernética e dos requisitos para contratação de serviços de processamento e armazenamento de dados e de computação em nuvem, assumiu importante papel ainda na conscientização dos colaboradores sobre o tema. São divulgadas pela Comunicação Interna cartilhas, vídeos e outras comunicações a respeito dos principais golpes praticados no mercado, além de testes de *phishing*. Os clientes também são alertados sobre os riscos relacionados às práticas de segurança cibernética aplicadas ao sistema financeiro.

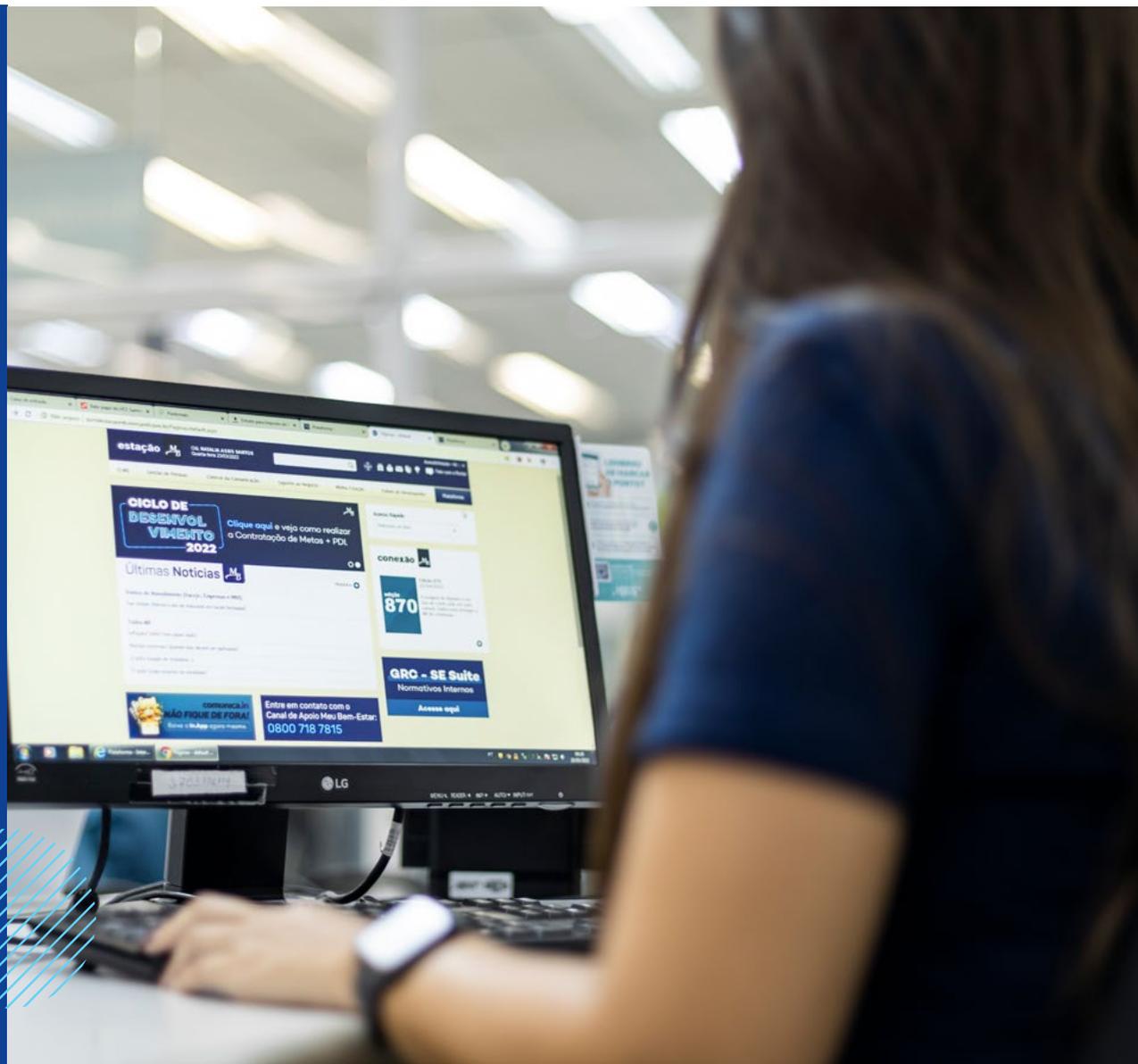
### **Classificação das informações e prevenção a vazamento de dados**

Estabelece os critérios, responsabilidades e orientações para classificação e tratamento das informações corporativas produzidas por colaboradores ou sistemas do Mercantil do Brasil de forma eletrônica ou física. Essa atividade tem o objetivo de proteger os ativos de informação da organização em conformidade com os níveis de sensibilidade, criticidade e requisitos legais.



## Gestão de Acessos e Identidade

Cuida da gestão de acessos de colaboradores e terceiros na organização. Tem como principal função impedir o uso indevido dos sistemas internos e externos de uso de clientes. Para isso, utiliza técnicas que buscam garantir a autenticidade por meios tecnológicos. São empregados nesse processo dispositivos de autenticação (Token, Biometria, MFA e outros), Tem como atribuição ainda normatizar os níveis de autorizações de acesso para o desempenho das atividades. A validação da efetividade desse processo é realizada pela “Certificação Anual de Acessos”, sendo direcionada aos gestores de sistemas críticos.



## Prevenção a fraudes eletrônicas, fraudes documentais e soluções de segurança

Faz a gestão, identificação e mitigação dos riscos de perdas financeiras. Para isso, busca novas soluções e ferramentas adequadas às necessidades dos clientes e, ainda, para expandir os negócios do Banco. A prevenção ocorre por monitoramento das transações dos canais digitais, abertura de contas e desenvolvimento de mecanismos para assegurar a usabilidade e a segurança aos colaboradores e clientes.

## Segurança física e patrimonial

Trata da definição, implantação e conservação de um conjunto de medidas para assegurar a integridade pessoal e patrimonial. O Mercantil do Brasil tem como política desenvolver programas internos, procedimentos preventivos e operativos para a proteção de clientes, visitantes, colaboradores, bens patrimoniais e ativos da empresa. Todas as redes de atendimento contam com dispositivos de segurança de acordo com as melhores práticas de mercado e em conformidade com a legislação.

A política de segurança é planejada a partir de três critérios:

- **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 para frustrar e neutralizar um evento em desenvolvimento;
- **Restituir** – voltar a situação ao estado de normalidade.



## Relacionamento com terceiros e fornecedores

O Mercantil do Brasil busca estabelecer com fornecedores e prestadores de serviço um relacionamento sustentado pela ética e respeito e também exige reciprocidade desse público quanto a esses quesitos e ao cumprimento dos compromissos assumidos.

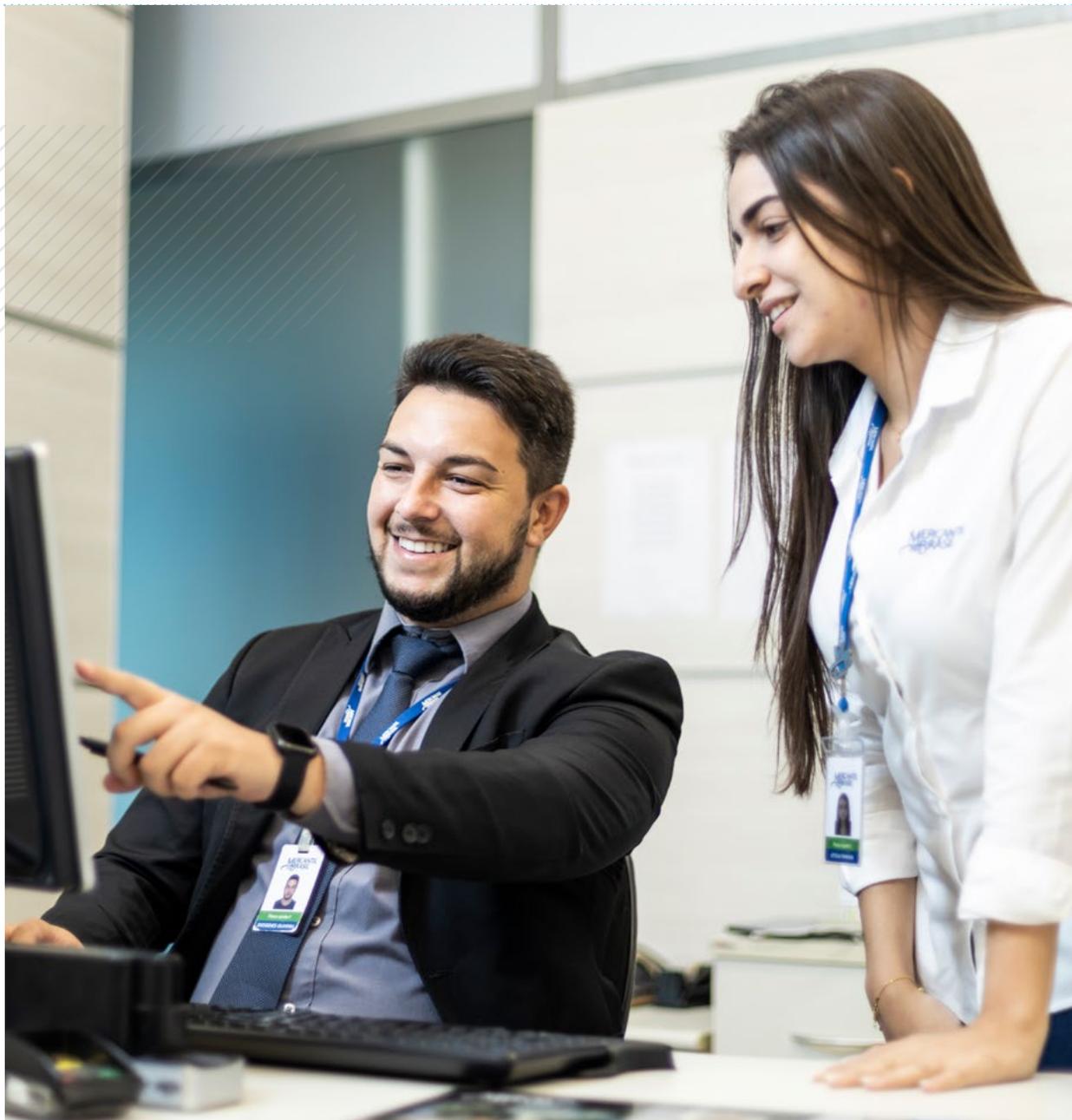
A seleção, contratação, avaliação e supervisão de terceiros pelo Mercantil do Brasil ocorrem por meio de critérios formais, imparciais e transparentes. São levados em consideração as necessidades da organização, qualidade dos serviços, reputação e compatibilidade de comportamentos com os valores do Banco, além do cumprimento à legislação.

Tanto na contratação quanto na supervisão de terceiros são realizadas diligências para garantir a adequada idoneidade da pessoa física ou jurídica, contratada ou parceira do Banco para resguardar o ambiente ético institucional. Nesse sentido, a empresa utiliza 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;
- Cláusulas contratuais submetendo os terceiros contratados às obrigações presentes no Código de Ética, nas Políticas Institucionais de Prevenção à Corrupção, LGPD, Responsabilidade Socioambiental, Segurança da Informação e Cibernética, Risco Operacional, dentre outras;
- Procedimentos de Gestão Corporativa de Contratos com Responsabilidade Solidária Trabalhista e Gestão de Terceiros Relevantes;
- 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).

O relacionamento com os fornecedores no Banco Mercantil é baseado nas seguintes normas e políticas:

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



### São responsabilidades dos fornecedores do banco Mercantil:

- 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.



# Capital Humano

# 2021

## 3.122

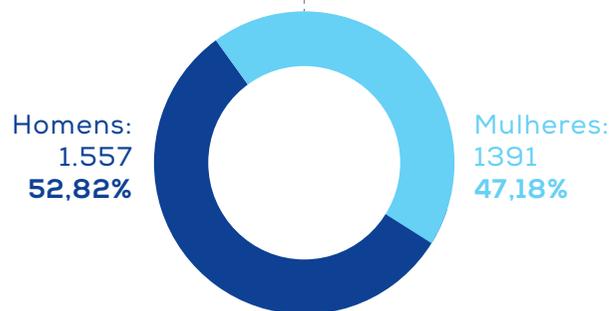
Colaboradores próprios

## 2.948

Empregados

## 174

Estagiários



O investimento em iniciativas que contribuam para o desenvolvimento de cada um dos colaboradores de forma global é a estratégia do Banco Mercantil para manter uma equipe motivada, qualificada e atenta às demandas dos clientes. São promovidas ações que possibilitem o crescimento profissional, o cuidado pessoal e a garantia de bem-estar.

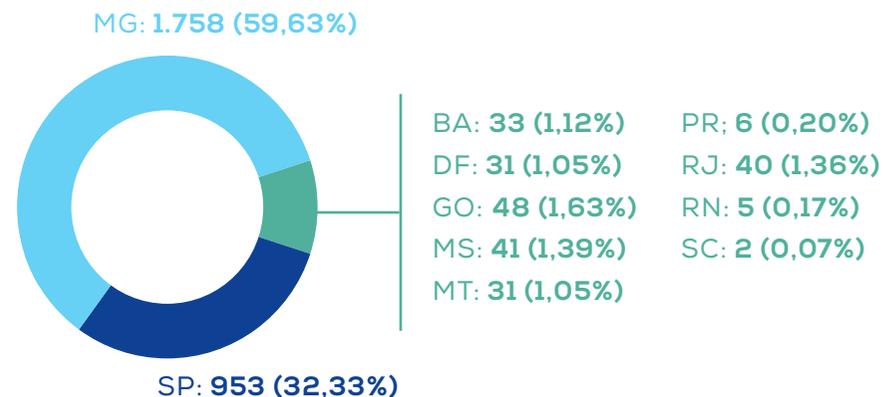
O fortalecimento da proximidade entre a alta gestão e os colaboradores é outro fator importante para ampliar o engajamento e a confiança dos

profissionais no Banco. Todo esse cenário permitiu que o Mercantil se mantivesse, em 2021, entre as melhores empresas para trabalhar segundo o ranking do *Great Place to Work* (GPTW). O Mercantil alcançou o terceiro lugar na categoria Mineiro e quarto lugar no ranking de Instituições Financeiras.

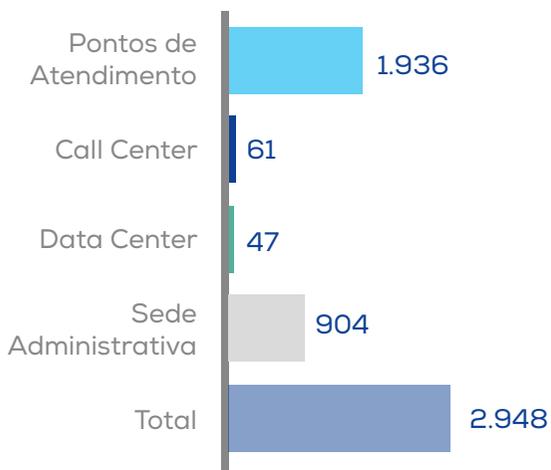
O Banco encerrou o ano de 2021 com 3.122 colaboradores próprios, sendo 2.948 empregados e 174 estagiários. Todos os empregados são cobertos por acordo de negociação coletiva.



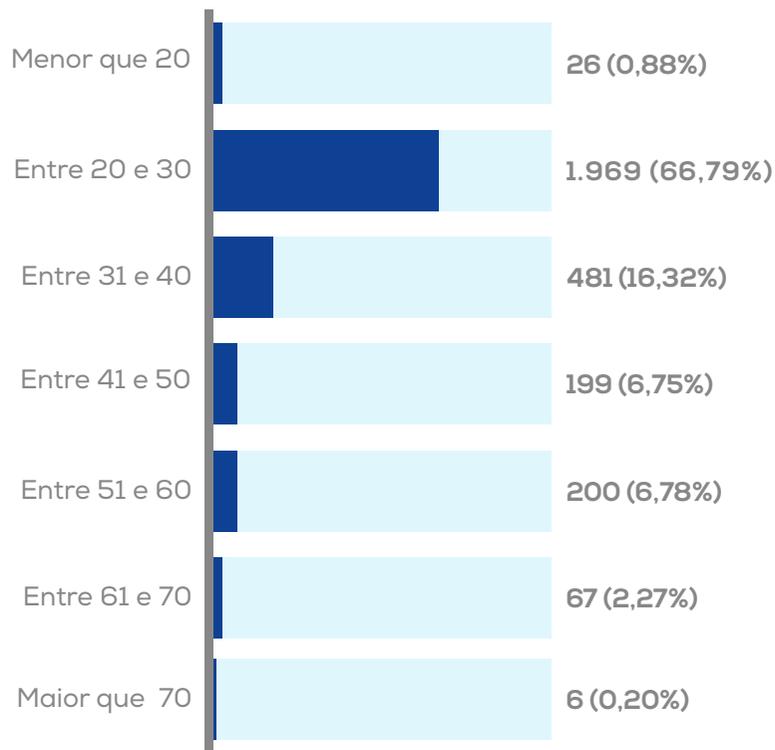
### DISTRIBUIÇÃO DOS COLABORADORES POR ESTADO:



## LOCAL DE TRABALHO

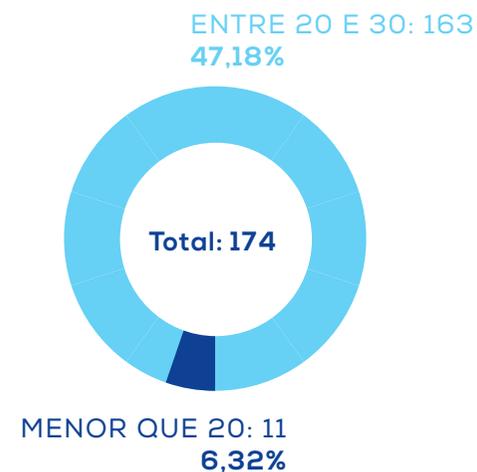


## COLABORADORES PRÓPRIOS DISTRIBUÍDOS POR FAIXA ETÁRIA



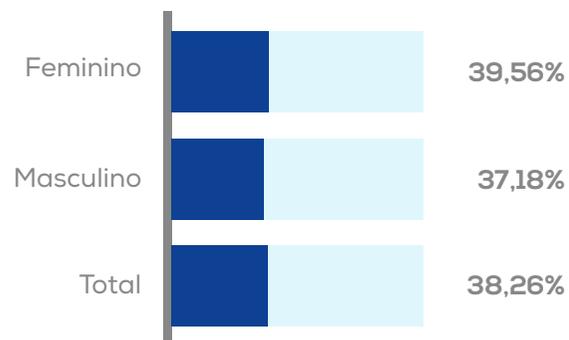
**Total: 2.948**

## Estagiários

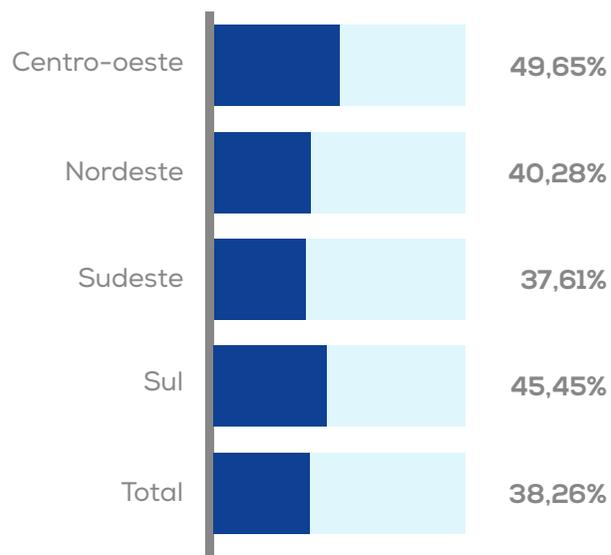


## TAXA DE ROTATIVIDADE

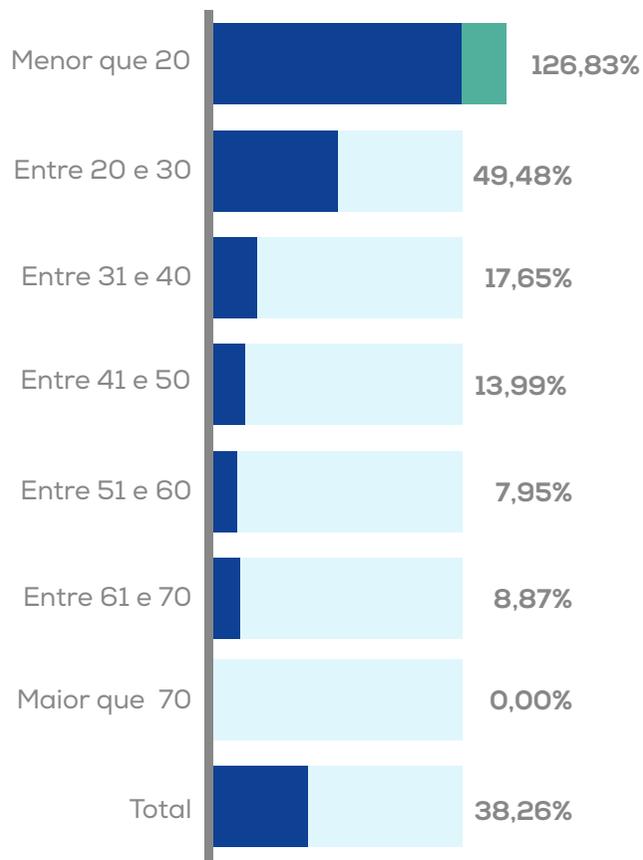
### Gênero



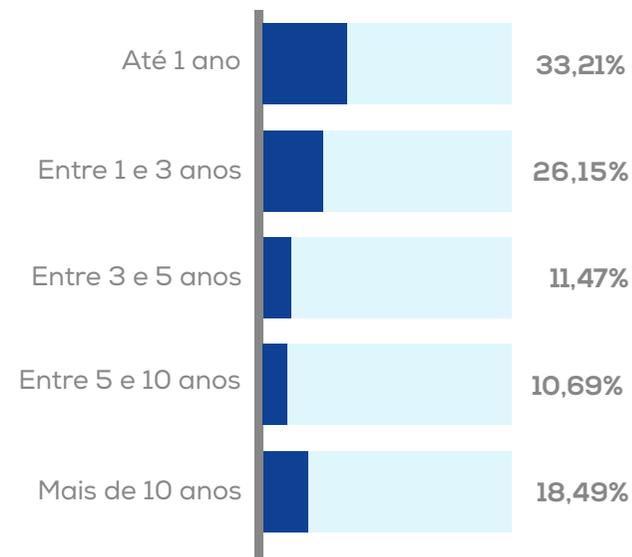
### Região



### Faixa etária



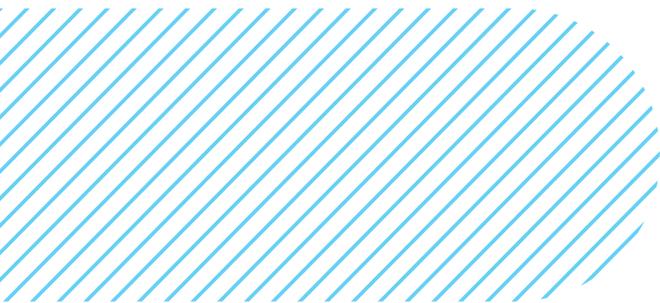
### Tempo de empresa



## DIVERSIDADE E INCLUSÃO

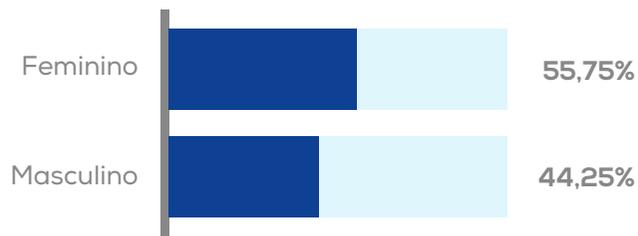
O Mercantil acredita que equipes formadas por talentos, ideias e pontos de vista variados contribuem para um clima organizacional mais saudável e melhores resultados. Não é à toa que um dos valores do Banco é “Diferenças somam”. Para isso, trata como diretriz oferecer oportunidades iguais de carreiras a todos.

Atualmente, 31,46% dos colaboradores da Instituição Financeira, incluindo empregados e estagiários, se autodeclararam negros, pardos ou indígenas e 4,74% são pessoas com deficiência. O Banco terminou o ano de 2021 com 153 colaboradores com deficiência. Além disso, 43,64% da força de trabalho é composta por mulheres.

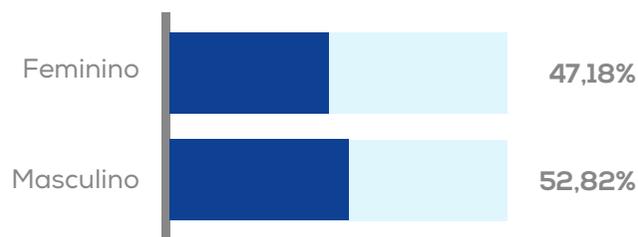


### Taxa de Distribuição por gênero

#### Estagiários



#### Colaboradores



#### Diretoria





## RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Em 2021, foi instituída a contratação por meio digital, trazendo mais agilidade e segurança para esse processo, em um contexto ainda de pandemia. Para a divulgação das vagas e captação de currículos são utilizadas mídias sociais como Facebook e LinkedIn. As oportunidades também são divulgadas nos principais sites de recrutamento do país, nas grandes faculdades e universidades e em feiras de recrutamento. O Banco também recebe indicações dos próprios colaboradores.

Além disso, são estabelecidas parcerias com empresas terceirizadas para recrutamento e seleção de candidatos em regiões diversas. Isso contribui para garantir maior abrangência e qualidade no processo seletivo em contextos nos quais haja proximidade da prestadora com os candidatos, que são o público-alvo.

No ano de 2020, foi firmada uma parceria com a empresa Avulta, que apoiou o Banco na seleção de pessoas com deficiência entre os novos profissionais. A área de Re-

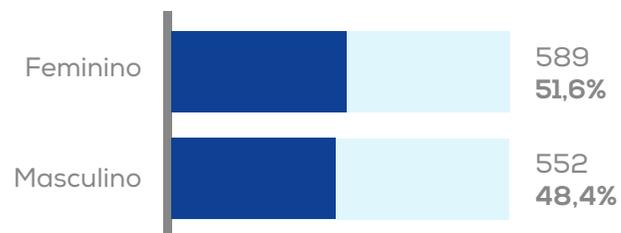
***Os gestores recebem orientações da área de Recrutamento e Seleção sobre como realizar entrevistas por competências, o que facilita uma visão mais assertiva do perfil do profissional requerido.***

crutamento e Seleção atua junto a esses novos colaboradores e às áreas para que possam utilizar os seus conhecimentos, aprender e crescer internamente.

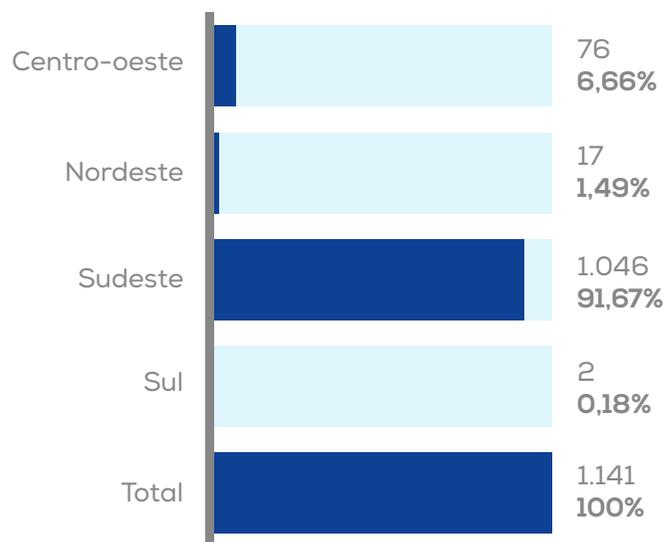
Os gestores recebem orientações da área de Recrutamento e Seleção sobre como realizar entrevistas por competências, o que facilita uma visão mais assertiva do perfil do profissional requerido. Também fornece *feedback* e informações dos candidatos em seleção para apoiar a decisão de contratação.

## COLABORADORES ADMITIDOS EM 2021

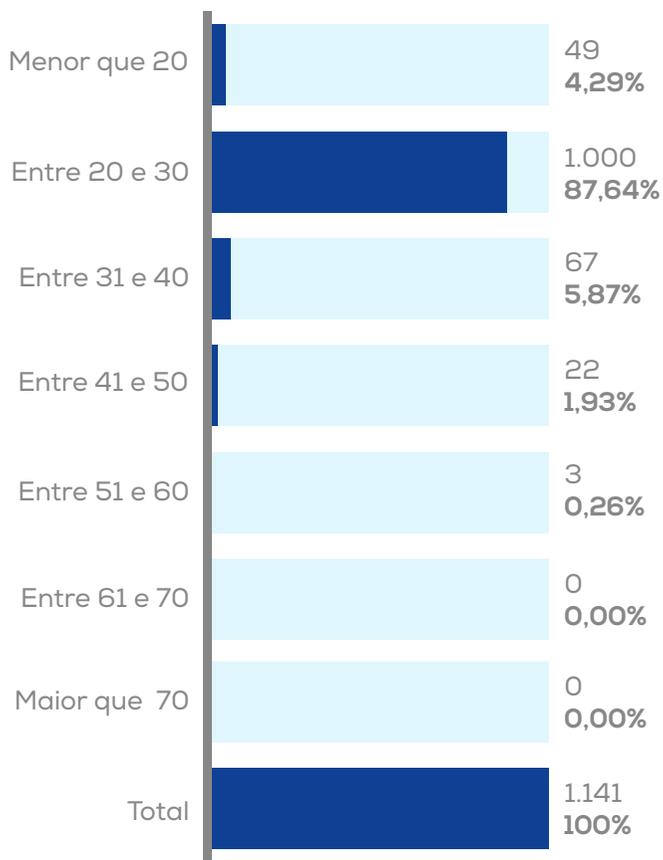
### Gênero



### Região



### Faixa etária



## PROGRAMA DE ESTÁGIO

É a principal fonte para identificar e desenvolver jovens talentos para integrar a equipe do Banco Mercantil. O estagiário recebe acompanhamento de um supervisor no processo de desenvolvimento de habilidades e aplicação de conhecimentos adquiridos nas instituições de ensino.

A partir de seis meses de permanência no Banco, o estagiário poderá participar de Recrutamentos Internos. Atualmente, o Mercantil possui em torno de 174 estagiários de diversas áreas.

Em 2021, foi lançado um projeto piloto de expansão do programa de estágio para as agências, o que possibilitou a contratação desses talentos em cidades do interior. Até então, as vagas eram direcionadas apenas para a sede do Banco. Ao longo do ano, foram contratados 17 estagiários nesse novo modelo e a previsão, para 2022, é que esse número chegue a mais de 200.

### Programa Jovem Aprendiz

As agências bancárias são as principais fontes de contratação do jovem aprendiz. Nesses espaços, eles executam atividades de suporte ao público, orientações para consultas em terminais eletrônicos, preparação e organização de arquivos e arquivamento de relatórios em geral. Essa forma de contratação tem prazo determinado, com duração máxima de dois anos.

### Programa de Incentivo à Aprendizagem de Minas Gerais - Descubra!

Reúne esforços de 11 órgãos e instituições federais, estaduais e municipais para ampliar as oportunidades de adolescentes e jovens em condição de vulnerabilidade social. Eles participam de programas de aprendizagem e cursos de formação inicial e continuada ou qualificação profissional.



## PLANEJAMENTO DE CARREIRA E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

### Participação no Ciclo de Desenvolvimento em 2021

Total de pessoas avaliadas:	1.688
Pessoas elegíveis ao ciclo de avaliação:	2.679
Adesão	63%

A gestão de carreiras leva em consideração a estrutura organizacional e os cargos de entrada que são, geralmente, estagiário e escriturário. Além disso, são avaliados os conhecimentos e as competências relevantes para cada cargo, a evolução no processo de aprendizagem e o desenvolvimento de habilidades diversas nos profissionais.

As trilhas de carreira indicam o caminho de aprendizado para que os colaboradores alcancem evolução em suas competências em cada área de atuação e, ainda, nas trajetórias alternativas de movimentação. Essa forma de realinhamento profissional pode ocorrer na vertical, horizontal ou diagonal. Para isso, devem ser consideradas as competências e complexidades dos cargos. As trilhas são desenhadas tendo em vista



o agrupamento de áreas em eixos que contemplam processos similares dentro do negócio.

O Mercantil do Brasil possui um processo de avaliação de desempenho e performance, chamado Ciclo de Desenvolvimento, direcionado a todos os colaboradores. Em 2021, foi implantado um novo modelo desse ciclo como projeto piloto e que será aplicado de forma mais madura em 2022. Ele é formado por etapas anuais que contemplam o acordo de metas, plano de desenvolvimento individual, avaliação de competências e apuração dos resultados por meio de metodologias que promovem oportunidades de desenvolvimento e reconhecimento na organização.

O crescimento profissional no Banco está vinculado ao resultado da avaliação de desempenho. Isso acontece a partir de promoções, movimentações entre áreas e da efetivação de estagiários. A média geral para a primeira promoção na carreira no Mercantil é de 3,37 anos, sendo que nas agências, a média é de dois anos.

## BENEFÍCIOS

Criado em 2021, o programa Meu Bem-Estar promove iniciativas focadas na saúde e qualidade de vida dos colaboradores. Também oferece um canal de apoio exclusivo de assistência profissional especializada e confidencial, para questões emocionais, sociais e legais, sempre que preciso. Trata-se de mais um complemento aos benefícios previstos em lei e outros já oferecidos pelo Mercantil e listados a seguir:

### Bolsa Educacional

Para apoiar a continuidade ou ingresso dos colaboradores em cursos de ensino superior ou pós-graduação, criamos o Auxílio Bolsa Educacional, programa desenvolvido a partir de acordos coletivos celebrados com o sindicato dos bancários. Ao todo, são disponibilizadas 100 bolsas, sendo 50 para a primeira graduação e 50 para demais graduações e especializações. O valor de reembolso das mensalidades pode chegar a 50%.

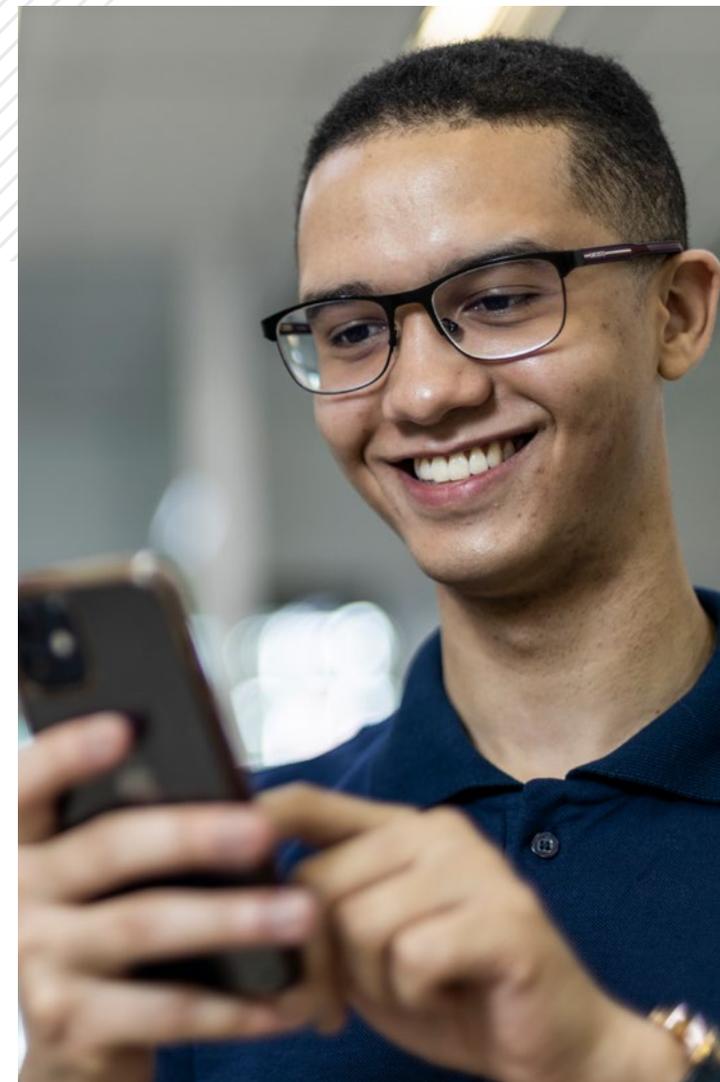


### Parcerias com instituições de ensino

A iniciativa dá acesso a descontos e condições especiais para colaboradores, cônjuges e filhos em grandes instituições de relacionamento profissional e ensino do Brasil. Entre elas estão Amcham, PUC Minas, Fundação Dom Cabral, IBMEC e a escola de idiomas *English Live*.

### Gympass

Parceria com plataforma que dá acesso a academias físicas espalhadas por diferentes localidades no país. Disponibiliza também outras modalidades para o colaborador se exercitar ou cuidar da mente sem sair de casa.



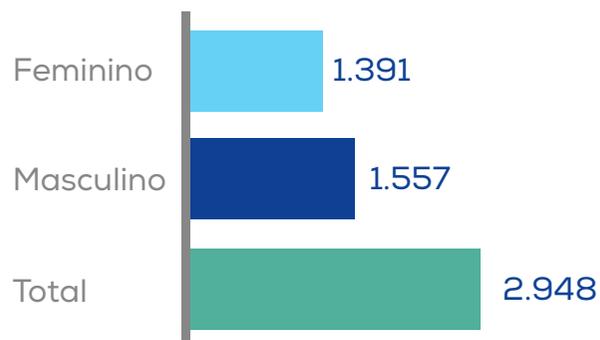
## Licença maternidade e paternidade

Além dos 120 dias estabelecidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), as colaboradoras do Banco Mercantil podem ter acesso a mais 60 dias de licença maternidade, totalizando 180 dias. A licença paternidade é de 20 dias, conforme a convenção coletiva dos bancários.



## NÚMERO DE COLABORADORES COM DIREITO AO BENEFÍCIO EM 2021:

### Gênero



\*Não estão sendo considerados para fins de taxa de retorno e retenção os empregados cujo retorno de licença ultrapassa o final do período de apuração (31/12/2021)

### Plano de saúde

Oferecido na modalidade de coparticipação a todos os colaboradores e a dependentes, como cônjuges e filhos de até 24 anos. O plano na modalidade enfermagem é custeado pelo Banco a todos os profissionais que fazem parte da empresa e seus filhos até 18 anos.

Com o pagamento de valor adicional é possível incluir outros dependentes ou aderir ao plano apartamento.

### Plano odontológico

Todos os colaboradores podem aderir ao plano, além de, cônjuges, companheiros (as) e filhos até 18 anos de idade. Nesse último caso, o Banco assume os custos de forma integral.

### Plano de previdência privada

Todos os nossos colaboradores têm acesso ao plano de previdência privada e podem aderir à contribuição complementar, durante a admissão, caso seja de interesse.



### Reconhecimento por Tempo de Dedicção

Criado em 2020 para valorizar o legado construído pelos profissionais que dedicam anos de carreira ao Banco. No primeiro ano de implantação, mais de 800 colaboradores foram homenageados. Em 2021, 730 pessoas foram reconhecidas. Para 2022, está prevista a expansão do programa para outras empresas do Grupo Mercantil.

### Requalificação profissional

Os colaboradores dispensados, sem justa causa, têm direito a um reembolso para requalificação profissional. O recurso pode ser utilizado na participação em cursos ministrados por empresas, instituições de ensino ou entidade sindical profissional. Planos de apoio profissional para aposentadoria ainda não foram implantados.

### Seguro de vida

Custeado integralmente pelo Banco e sem a necessidade de adesão individual, possui valor de cobertura superior a R\$134 mil; os herdeiros legais são automaticamente cadastrados.

## SAÚDE E SEGURANÇA

Ao longo de 2021, em função da continuidade da pandemia, o Banco deu prosseguimento aos protocolos de segurança para os colaboradores que, em função da natureza das atividades, seguiram atuando de forma presencial.

Para os profissionais em *home office* foi oferecida assistência para a realização do trabalho de forma ergonômica, com disponibilização de itens de mobiliário, cartilha com orientações para um maior conforto na execução das atividades, e outros materiais necessários para viabilizar esse conforto.

### Vacinação

A Campanha de Vacinação Contra a Gripe é outra estratégia de promoção à saúde voltada aos colaboradores. Realizada anualmente, 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. Podem participar colaboradores e estagiários, inclusive os afastados e os que estão de férias.



## Campanhas

Para contribuir com a conscientização sobre os cuidados com a saúde, o Mercantil apoia ainda as campanhas Outubro Rosa e Novembro Azul. São desenvolvidas estratégias de comunicação para alertar sobre o autoexame e formas de prevenção. Também são realizados eventos que tratam desses temas.

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Banco Mercantil conta com a participação de quatro representantes dos colaboradores. Os profissionais também fazem parte de uma comissão de saúde e segurança do trabalho, junto à Febraban.

O Mercantil é signatário da convenção coletiva dos bancários e, por isso, cumpre integralmente as medidas estabelecidas no acordo. Das 71 cláusulas, 21 (quase 1/3) tratam de questões relacionadas ao tema Saúde e Segurança. Entre os principais estão:

- Ampliação das licenças maternidade e paternidade;
- Complementação de auxílio doença previdenciário e acidentário;
- Seguro de vida em grupo;
- Segurança bancária;
- Comissão Interna de Prevenção de Acidentes;
- Exames médicos específicos;
- Assistência médica-hospitalar;
- Programa de retorno ao trabalho;
- Acidentes de trabalho;
- Prevenção à violência contra a mulher e mecanismos de prevenção de conflitos no ambiente de trabalho.

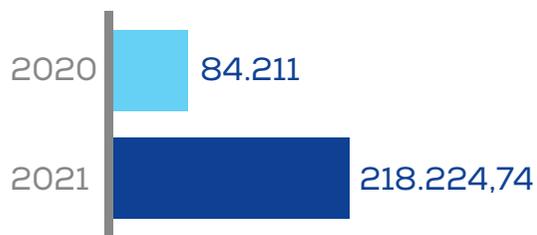


## TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

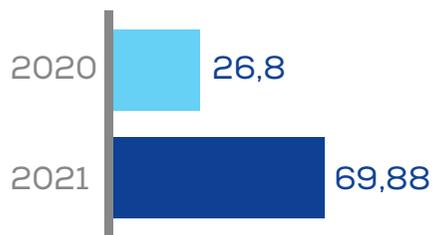
No Banco Mercantil, o ano de 2021 foi marcado pelo aprimoramento das ações de Treinamento e Desenvolvimento de forma remota, iniciadas em 2020, por causa da pandemia. Esse processo de amadurecimento, somado ao aumento de produtos lançados pela Instituição Financeira são alguns dos fatores que contribuíram para o aumento significativo de horas de treinamento da equipe.

Durante o ano, o Banco investiu, aproximadamente, R\$1,5 milhão em treinamentos e programas de capacitação.

### Horas de treinamento



### Média de horas por colaborador



GRI 404-1

Os programas de formação e treinamento são disponibilizados a todos os colaboradores de acordo com a necessidade da área de atuação de cada um, independentemente de fatores como gênero. Atualmente, o sistema de registro de treinamentos do Banco Mercantil não faz a segmentação por gênero.

### Participação média por grupo funcional

A plataforma de *e-learning* do Banco, a Academia Mercantil, com conteúdo para a evolução contínua de habilidades técnicas, comportamentais e de liderança passou por um *upgrade*, em 2021. A nova versão apresenta *layout* moderno, novas funcionalidades, inserção de *podcasts* e atividades de gamificação do aprendizado. Também foram lançados ou atualizados durante o ano 36 cursos a distância sobre produtos, serviços e diretrizes internas. Além de importantes para se desenvolver no Banco, a qualificação contribui para elevar a empregabilidade dos participantes.





# Responsabilidade Socioambiental

Para maior aproximação com seu público prioritário, população acima dos 50 anos, e ainda com o objetivo de promover transformações efetivas nas localidades em que o Banco está presente, o Mercantil tem atuado para apoiar projetos relevantes de forma consistente. Nesse sentido, ganha destaque, em 2021, a reestruturação da Política de Doações e Patrocínios para garantir maior foco e transparência. A Instituição Financeira segue ainda com olhar atento para minimizar os impactos ao meio ambiente com uma gestão eficiente de recursos, principalmente, por meio da tecnologia. Esse compromisso também é estendido a outros públicos que se relacionam com o Mercantil, como parceiros e fornecedores, por meio de políticas claras pautadas pelas melhores práticas do mercado. Assim o Banco reafirma em suas ações que resultado consistente é resultado sustentável.

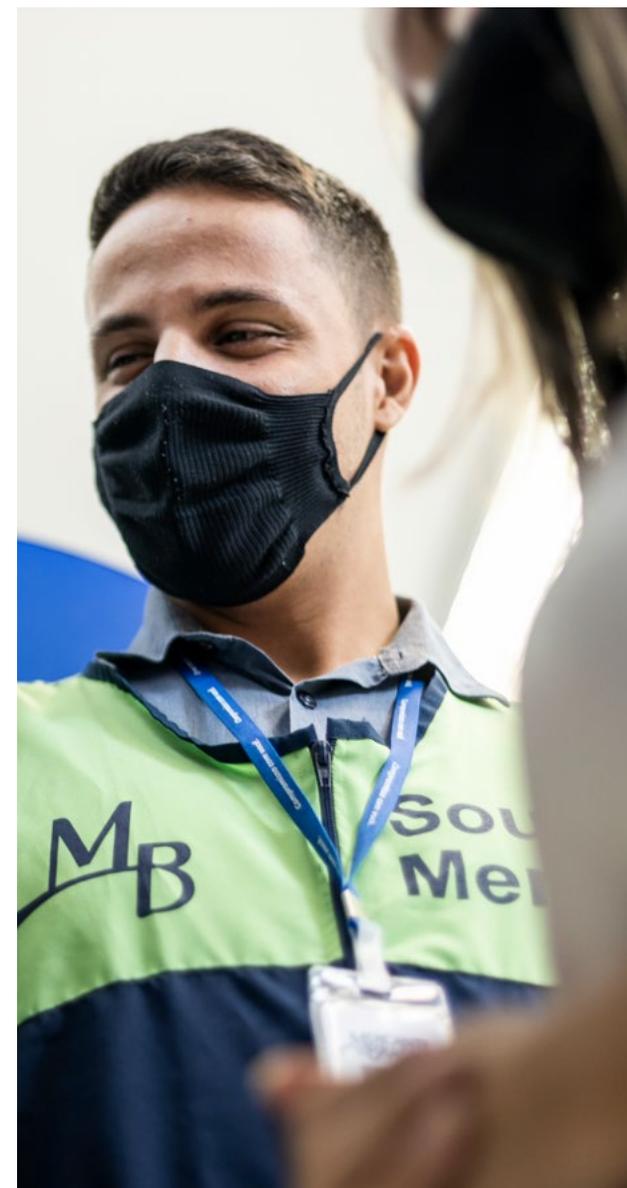


## GT de Sustentabilidade

Em 2021, foi estabelecido um grupo de trabalho envolvendo diversas áreas para promover discussões pertinentes a essa temática. A partir disso, foram feitos mapeamento e avaliação das ações sobre sustentabilidade na empresa e abertas frentes de atuação que impulsionaram melhorias na gestão de lixo eletrônico, estruturação de políticas de apoio e patrocínios. Um diagnóstico para aprimorar o encaminhamento de temas relativos à diversidade e inclusão complementou o trabalho.

## Diversidade e inclusão

A partir dos resultados do diagnóstico de diversidade e inclusão, iniciado em setembro de 2021, será traçado um plano de ação. A previsão é de que, em 2022, sejam concluídas as etapas do diagnóstico e iniciada a implantação das estratégias definidas. O objetivo principal do Mercantil com essa medida é construir um ambiente cada vez mais inclusivo e aberto à diversidade, por meio da sensibilização de colaboradores de todos os níveis hierárquicos sobre o tema.



## POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A Política de Responsabilidade Socioambiental orienta a continuidade dos processos de gerenciamento dos impactos socioambientais das atividades do Banco de forma sistematizada, considerando os seguintes aspectos:

- Gestão adequada de resíduos;
- Mapeamento e estudo contínuo de oportunidades de maior eficiência no consumo de energia e recursos naturais da empresa;
- Adoção de critérios socioambientais na concessão, análise e gestão do crédito;
- Implantação de um processo de avaliação de fornecedores e prestadores de serviços.

A política está pautada nas melhores práticas do mercado e passou por aprovação pelo Conselho de Administração e pela diretoria da organização. A coordenação das ações e a responsabilidade sobre a gestão do risco socioambiental é atribuição da Gerência de Riscos Financeiros e Gestão de Capital, subordinada à Diretoria de Riscos e Compliance.

O Banco realiza uma Classificação de Exposição Socioambiental para seus clientes de acordo com o potencial de dano apresentado pelo ramo de atividade econômica exercida. Aqueles que apresentam alta exposição são tratados apenas em alçadas de decisão colegiada para deliberação sobre os riscos. O Mercantil possui ainda um manual de crédito com grupo de atividades não financiadas em função de seu caráter nocivo à sociedade.

Também é definido um alerta trabalhista às pessoas com sentença transitada em julgado por questões vinculadas a regimes de trabalho análogo à escravidão, com base em informações da Secretaria de Inspeção do Trabalho do Governo Federal. Já o restritivo de alerta ambiental é direcionado a pessoas responsáveis pela recuperação de áreas contaminadas ou degradadas em Minas Gerais e São Paulo, e proprietários de áreas embargadas pelo IBAMA.

O Mercantil também monitora a lista de Pessoas Expostas na Mídia (PEM) e Pessoas Expostas Politicamente (PEP), cujos nomes estejam associados a de-



litos captados através da lista restritiva do fornecedor externo, incluindo crime ambiental, exploração sexual, submissão a trabalho análogo à escravidão e exploração de trabalho infantil. Existem termos de responsabilidade e cláusulas contratuais para garantir que todas as partes tenham conhecimento da Política Institucional de Responsabilidade Socioambiental da instituição.

## Responsabilidade na cadeia de fornecimento

Em todas as relações estabelecidas com fornecedores, o Mercantil trabalha para prevenir e minimizar impactos das atividades realizadas. Isso ocorre por meio da sensibilização ambiental. O processo de homologação também contribui para a aderência de fornecedores às suas práticas socioambientais. Nesse sentido, todas as novas modalidades de operações sujeitas ao risco socioambiental passam por avaliação de forma preventiva. O objetivo é analisar o risco envolvido e sinalizar controles a serem adotados.

Além da análise econômico-financeira, os fornecedores contratados pelo Banco devem ser avaliados com base na adesão à legislação trabalhista e ambiental. Os contratos firmados precisam conter termo de responsabilidade e cláusulas contratuais que assegurem a adequação aos princípios de responsabilidade socioambiental.



## Inclusão financeira: mercado atendido e bancarização

Com foco no atendimento a beneficiários do INSS e público com idade acima de 50 anos, o Banco Mercantil assume papel relevante no processo de bancarização de um grupo que não é priorizado por diversos segmentos do mercado. Tendo em vista a importância do acesso a serviços financeiros como um dos caminhos para a inclusão social e diminuição de desigualdades, a Instituição Financeira tem atuado para fornecer serviços e produtos personalizados de forma ética para essa população.

Majoritariamente, os clientes do Mercantil concentram-se nas faixas C, D e E. Em muitos casos, a abertura de conta na Instituição Financeira é a primeira experiência dessas pessoas com um Banco. Por isso, existe um empenho na qualificação das equipes para proporcionar um atendimento mais acolhedor e atento às demandas específicas de cada um. Além disso, a abertura de pontos de atendimentos físicos somada ao intenso investimento em criação e melhoria dos canais digitais tem ajudado a dar mais tranquilidade e conveniência aos clientes.

De acordo com dados do Banco Central, em 2021, o número de brasileiros bancarizados (usuários de instituições financeiras) chegou a 182,2 milhões. Resultado que revela um aumento de 10,3% se comparado aos primeiros meses de 2020, ou seja, antes da pandemia. No total, 16,6 milhões de pessoas se tornaram clientes de instituições financeiras nesse período. Nesse cenário, o Mercantil tem atuado, por meio de dados e uso de tecnologia, para conhecer intensamente o seu público e oferecer serviços customizados.



## Identificação de públicos vulneráveis

Tendo em vista o valor “Ética sempre”, o Mercantil trabalha para oferecer aos clientes um atendimento adequado à realidade de cada um. Por isso, o Banco adotou um sistema de classificação de clientes vulneráveis, pessoas que demonstrem menor capacidade de compreensão e discernimento para análise e tomada de decisões, nas plataformas de atendimento. Esse público é dividido em três grupos, sendo baixo, médio ou alto. Isso orienta a atuação dos colaboradores que já se antecipam às necessidades do cliente, realizando um atendimento personalizado e o repasse de informações ainda mais cuidadoso. Como reforço dessa prática, todos os colaboradores que atuam nos pontos de atendimento passam por treinamento e possuem certificação *Suitability*.

## Educação Financeira

Programa que contribui para o processo de aprendizagem sobre temas relacionados à educação financeira para a população em geral. Oferece por meio de artigos, vídeos educativos, planilhas de orientação financeira e testes de conhecimento, informações que incentivam atitudes mais conscientes quando o assunto é dinheiro. Todo o conteúdo está disponível no site do Banco.



## SOCIAL

### Edital de Projetos Sociais

Lançado pela primeira vez em 2021, o Edital de Projetos do Mercantil do Brasil foi direcionado a instituições com iniciativas aprovadas via leis de incentivo e com execução prevista em cidades nas quais o Banco está presente. Foram destinados a essas ações quase R\$ 700 mil. A seleção levou em conta projetos que priorizem ou envolvam o público 50+ ou que possibilitem o impulsionamento da Diversidade e Inclusão na sociedade, focados nas áreas de educação, saúde, cultura ou desenvolvimento social. Além disso, os projetos precisam estar alinhados aos valores do Banco.

### Política de doações e patrocínios

Em 2021, o Mercantil estruturou o documento que estabelece regras, diretrizes e fluxos para concessão de doações e patrocínios pela Instituição. Essa sistematização busca garantir maior transparência e alinhamento dessas ações aos objetivos do Banco. Com isso, atendendo às determinações da Política Institucional de Prevenção à Corrupção do MB, do Código de Ética institucional, demais normas internas e legislação vigente.

Como essas ações podem oferecer risco potencial de corrupção, conflito de interesses e à reputação do Banco, a Política de Doações e Patrocínios atua como norteador em todas as etapas, desde a concessão do recurso até o monitoramento das atividades realizadas e re-

sultados apresentados. As regras se aplicam a pessoas físicas e jurídicas de direito privado, agentes e órgãos da administração pública.

O Mercantil apoia, por meio de aporte direto, leis de incentivo e doações, iniciativas que estejam alinhadas aos valores da organização. São escolhidas ações que representem proposta efetiva para o desenvolvimento social, principalmente, nas localidades em que o banco está presente e destinadas ao público prioritário do Banco, públicos acima dos 50 anos. Em 2021, ao todo, foram feitos aportes diretos de mais de R\$ 670 mil. Os apoios via leis de incentivo foram superiores a R\$ 540 mil e as doações ultrapassaram R\$ 21 mil.



## PRINCIPAIS INICIATIVAS APOIADAS EM 2021



### Projeto Cine Vida

A iniciativa oferece, para jovens e adultos, oito grandes oficinas de formação no universo audiovisual em centros culturais de diversas regionais de Belo Horizonte. Na edição atual, por causa da pandemia, as oficinas têm sido realizadas de forma online. Os participantes são incentivados a desenvolver sensibilidade artística e relação com a sétima arte. 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. Ao todo, foram investidos quase R\$ 80 mil.

### Projeto Sabiá

Pretende fazer um convite para lançar um novo olhar sobre a terceira idade, tema totalmente alinhado ao propósito do Mercantil do Brasil. As vivências promovidas pelo projeto buscam tornar esse público cada vez mais ativo, cheio de energia e disposição para aproveitar a vida. Durante o ano de 2021, ainda em cenário pandêmico, as apresentações realizadas em praças foram transformadas em um portal de conteúdo dedicado ao público 60+, um espaço para troca de experiências e conhecimento gerado pelos próprios participantes. Entre os diversos conteúdos oferecidos estão oficinas de dança, música, escrita, tecnologia, empreendedorismo, além de palestras dos mais diversos temas, serenatas musicais, performances e contação de histórias. Investimento de R\$125 mil.





### Orquestra Jovem Sinfonia de Betânia

Oferece iniciação no universo da música erudita a crianças e adolescentes de 8 a 18 anos. As aulas envolvem a percepção musical e prática de instrumentos como violino, viola, violoncelo e contrabaixo. As atividades são disponibilizadas no contraturno escolar. Ao longo de oito anos, o projeto já proporcionou a cerca de 500 crianças e adolescentes a possibilidade de capacitação profissional e formação humana. Foram investidos R\$80 mil nessa iniciativa em 2021.

### Associação dos Protetores das Pessoas Carentes (ASSOPOC)

Por meio do Lar dos Idosos São Geraldo, promove atendimento qualificado e humanizado, com estrutura física e acompanhamento assistencial para a terceira idade. O projeto propõe a manutenção de ações que além da garantia de cuidado incentivem o convívio social necessário para o bem-estar. Foram investidos cerca de R\$20 mil.



### Associação de Combate ao Câncer do Centro-Oeste de Minas (ACCCOM)

São atendidas crianças e jovens com câncer de 0 a 19 anos, que vivem na região com 53 municípios. Foi construída uma ala Infantil no terceiro andar do Hospital do Câncer que passou por reforma. Também houve a aquisição de equipamentos e mobiliário. O espaço possui sala de quimioterapia, sala de punções, consultórios, dois leitos e recepção. O Mercantil contribuiu com aporte de R\$ 50 mil para realização da obra.

## Projeto Hábil-Idade

Dedicado a idosos da cidade de Contagem (MG), estimula a valorização de potencialidades e o desenvolvimento de habilidades desse grupo. Isso ocorre por meio da democratização do acesso à cultura, inclusão digital e financeira, além da promoção à saúde. São oferecidas atividades como oficina de artes cênicas, ioga, fotografia, hidroginástica, noções de informática e outras. O investimento do Mercantil foi de quase R\$ 80 mil via leis de incentivo.



LEIA MAIS SOBRE AS AÇÕES DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL  
DO BANCO MERCANTIL EM  
COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS

## Projeto Viver Ciências

Foi elaborado com o intuito de abrir o espaço do Centro Universitário UNA e UNIBH e seus laboratórios para a aprendizagem e vivência de práticas científicas por alunos, de 14 a 18 anos, da rede pública de ensino de Belo Horizonte. Ao todo, 2000 estudantes de 12 escolas estão sendo contemplados em aulas dinâmicas de biologia, física, química, informática e matemática. O aporte no valor de R\$ 70 mil foi realizado via leis de incentivo.

## Campanha de Popularização do Teatro e da Dança

Consiste em apresentações de espetáculos profissionais a preços populares. O evento é realizado nos meses de janeiro e fevereiro, em Belo Horizonte, e, no interior do estado, em julho e agosto. O projeto busca tornar a cultura mais acessível à população. Ao todo, o Mercantil fez um aporte de R\$250 mil, via leis de incentivo.



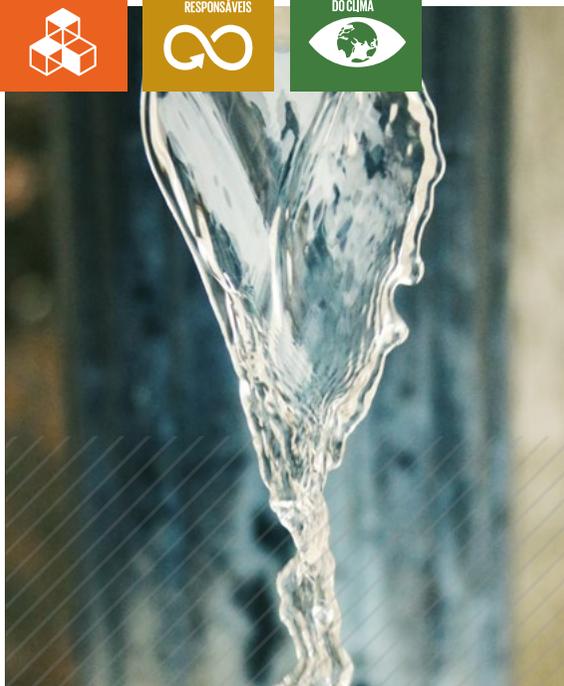
## MEIO AMBIENTE

### Consumo de energia

Em 2021, assim como no ano anterior, a sede administrativa do Banco seguiu registrando patamares menores no consumo de energia em função do regime de *home office* adotado por grande parte dos colaboradores. Além disso, a substituição de lâmpadas fluorescentes por lâmpadas de LED também contribuiu nesse sentido. Ao longo de 2020, foi observada a redução de 233.941 kWh em comparação com o ano anterior. Já em 2021 a redução foi de 162.567 kWh.

### Emissões e mudança climática

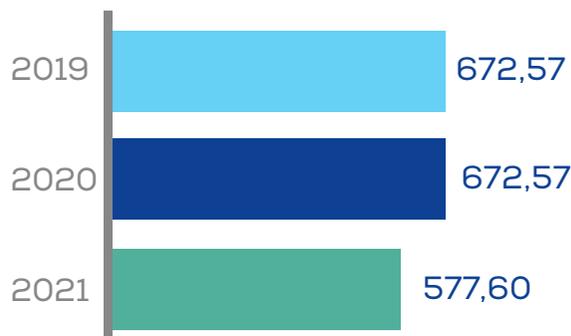
Até agosto de 2022, o Mercantil tem como meta a utilização de 80% de energia renovável originada de Centrais Geradoras Hidrelétricas (CGHs) ou parques solares. Isso significa geração de energia a partir de fontes livres de emissão de CO<sub>2</sub> e baixo impacto ambiental. No período entre janeiro e dezembro de 2021, o Banco reduziu o total de 577,6 toneladas de emissão de CO<sub>2</sub> na atmosfera, contribuindo, dessa forma, com os esforços mundiais para a redução do aquecimento global.



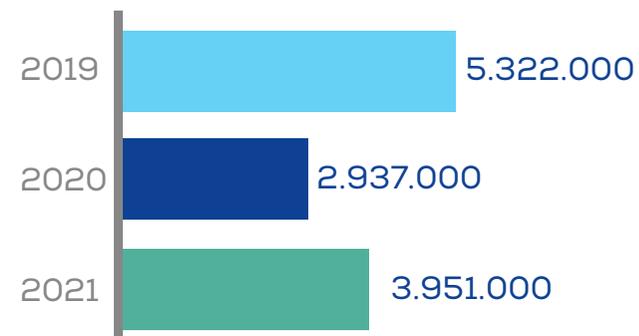
### Água

No primeiro ano de pandemia, houve redução do consumo de água na sede administrativa do Banco. A diminuição do fluxo de pessoas, em função do *home office*, o trabalho de conscientização dos colaboradores, o uso de arejadores em todas as torneiras, o que reduz em 57% o fluxo de água, e a implementação de uma rotina de regulação das válvulas de descarga contribuíram para esse resultado. Em 2021, foi registrado um aumento em função da retomada das atividades presenciais, mas o volume ainda está consideravelmente abaixo dos patamares de 2019.

Redução de emissão de CO<sub>2</sub> (em toneladas)



Consumo de água na sede administrativa (m<sup>3</sup>)



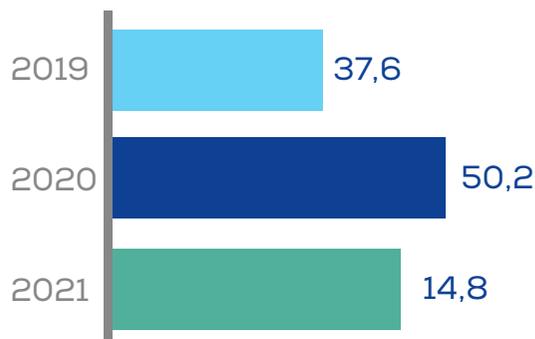


### Lojas digitais *paperless*

Desde 2017, o Mercantil iniciou a transformação de toda a sua rede em pontos de atendimento *paperless* por meio da adoção de tablets e do desenvolvimento de uma plataforma digital para eliminar a impressão e o armazenamento de documentos. Além de diminuir o consumo desse recurso, a medida gera melhoria no atendimento aos clientes, tornando o processo mais simples e eficiente. 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. Em 2021, esse número foi de 14,8 toneladas.

### Redução de consumo de papel

(toneladas)



### Gestão de resíduos

Tem como objetivo desenvolver ações e projetos para o consumo consciente dos recursos naturais e, ainda, para a adequada condução do destino dos resíduos gerados pelas atividades da empresa. Os colaboradores da organização também são sensibilizados sobre essas questões.

Entendendo a relevância dos impactos causados pelo descarte inadequado de resíduos do ponto de vista ambiental e social, o Mercantil tem trabalhado para reduzir a utilização de recursos por meio do uso de tecnologias e da digitalização de processos, e ainda pela destinação correta para os materiais que devem ser descartados.

Todos os equipamentos eletrônicos descartados, por exemplo, são encaminhados a entidades que promovem a destinação correta desses itens.

### Descarte adequado

RESÍDUO	2020	2021
Equipamentos eletrônicos	221 kg	2.475 kg
Lâmpadas	1.063 unidades	732 unidades
Papel	34, 57 toneladas	40, 82 toneladas



MERCANTIL  
DO BRASIL



# Sumário GRI

## SUMÁRIO GRI

### Divulgações Gerais

CONTEÚDO PADRÃO / GRI 101 - FUNDAMENTOS 2016	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>1. PERFIL DA ORGANIZAÇÃO</b>			
102-1 – Nome da organização	Banco Mercantil do Brasil S.A		
102-2 – Atividades, marcas, produtos e serviços	p.25 a 28; 36 a 42		
102-3 – Localização da sede	R. Rio de Janeiro, 680, Centro, Belo Horizonte/MG		
102-4 – Localização das operações	p.14		
102-5 – Propriedade e forma jurídica	Sociedade por participações S.A/Instituição Financeira		
102-6 – Mercados atendidos	p.14		
102-7 – Porte da organização	p.21		
102-8 – Informações sobre empregados e outros trabalhadores	p.72		
102-9 – Cadeia de fornecedores	p.69, 88, 89	8	
102-10 – Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve mudanças significativas no ano a que se refere este relatório		
102-11 – Princípio ou abordagem da precaução	p.55		
102-12 – Iniciativas externas	p.5 p.53		
102-13 – Participação em associações	O Mercantil do Brasil é membro ativo da Subcomissão de Diversidade da 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. Também passou a fazer parte, em 2021, do IBGC.		
<b>2. ESTRATÉGIA</b>			
102-14 – Declaração do decisor mais graduado da organização	p.7 a 10	4, 5, 8, 10	
102-15 – Principais impactos, riscos e oportunidades	p.4 e 55		

CONTEÚDO PADRÃO / GRI 101 - FUNDAMENTOS 2016	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>3. ÉTICA E INTEGRIDADE</b>			
102-16 – Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	p.11, 42 e 54		
102-17 – Mecanismos de aconselhamento e preocupações éticas	p.55; 60 a 64		
<b>4. GOVERNANÇA</b>			
102-18 – Estrutura de governança	p.46 a 49		
102-22 – Composição do mais alto órgão de governança e de seus comitês	p.46 e 48		
102-23 – Presidente do mais alto órgão de governança	p.48		
102-24 – Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	p.47		
102-32 – Papel do mais alto órgão de governança no relatório de sustentabilidade	p.6		
<b>5. ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS</b>			
102-40 – Lista de partes interessadas	p.4		
102-41 – Acordos de negociação coletiva	Os colaboradores têm ampla liberdade de associação e participam de negociações coletivas por meio de assembleias organizadas por entidades sindicais. Atualmente, 1/3 dos colaboradores são sindicalizados. 100% de nossos trabalhadores diretos estão cobertos por acordos coletivos.		
102-42 – Base para a identificação e seleção de partes interessadas para engajamento	p.4		
102-43 – Abordagem para o engajamento das partes interessadas	p.4		
102-44 – Principais tópicos e preocupações levantadas	p.4		
<b>6. PRÁTICAS DE RELATO</b>			
102-45 – Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	p.23		
102-46 – Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	p.4		
102-47 – Lista de tópicos materiais	p.4		
102-48 – Reformulação de informações	Não se aplica		
102-49 – Alterações em escopo e limites	Não se aplica		

CONTEÚDO PADRÃO / GRI 101 - FUNDAMENTOS 2016	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
102-50 – Período coberto pelo relatório	p.4		
102-51 – Data do último relatório	2020		
102-52 – Ciclo de emissão de relatórios	Anual		
102-53 – Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	p.6		
102-54 – Declaração de elaboração do relatório de conformidade com Standards GRI	p.4		
102-55 – Índice de conteúdo GRI	p.97		
102-56 – Verificação externa	Não		

## Temas Materiais

CONTEÚDO ESPECÍFICO	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>DESEMPENHO ECONÔMICO</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p. 21 e 22		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p. 21 e 22		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p. 21 e 22		
201-1 – Valor econômico direto gerado e distribuído	p.31		
<b>ANTICORRUPÇÃO</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.60		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.60		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.60		
205-1 – Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Foram realizadas 295 avaliações de compliance (due diligence), representando 100% do total, no processo de contratação e supervisão de terceiros. Não foram observados riscos significativos relacionado à corrupção no Mercantil do Brasil em 2021.	16, 17	10
205-2 – Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção	p.60	16, 17	10
205-3 – Casos confirmados de corrupção e ações tomadas	Não foram observados riscos significativos relacionado à corrupção no Mercantil do Brasil em 2021.	16, 17	10

CONTEÚDO ESPECÍFICO	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>MEIO AMBIENTE</b>			
<b>MATERIAIS</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.96	12	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.96	12	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.96	12	
301-1 – Materiais usados por peso ou volume	Total de materiais utilizados em 2021: 618,4 kg, sendo: não renováveis - fita adesiva : 1.250 unidades ou 27 kg; plástico bolha: 87 rolos ou 145 kg; Sacos de rafia: 20 unidades ou 1,4 kg. Renováveis - caixas de papelão: 2.705 unidades ou 235 kg; papel Kraft: 35 rolos ou 210 kg.	12	
301-3 – Produtos e seus materiais de embalagem recuperados	p.96	12	
<b>ENERGIA</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.95		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.95		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.95		
302-4 – Redução do consumo de energia	p.95	7, 9, 12, 13	
<b>GRI 303: ÁGUA E EFLUENTES 2018</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.95	6	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.95	6	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.95	6	
303-5 – Consumo de água	p.95	6	7, 8, 9
<b>EMISSÕES</b>			
103-1 Explicação do tópico material e seu limite	p.95	12	
103-2 Forma de gestão e seus componentes	p.95	12	
103-3 Avaliação da forma de gestão	p.95	12	7, 8, 9
305-1 Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	p.95	12, 13	7, 8, 9
305-5 – Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	p.95		

CONTEÚDO ESPECÍFICO	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>GRI 306: RESÍDUOS 2018</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.96		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.96		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.96		
306-2 – Resíduos por tipo e método de disposição	p.96	12	7,8, 9
<b>AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.88 e 89		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.88 e 89		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.88 e 89		
308-1 – Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	p.89		7,8, 9
308-2 – Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas	Não foram verificados impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores do Banco em 2021		7,8, 9
<b>EMPREGO</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.72	8	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.72	8	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.72	8	
401-1 – Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados	p. 74 e 77	5, 8	1
401-2 – Benefícios para empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período	p.80 Colaboradores de meio período têm os mesmos benefícios daqueles de tempo integral.	5, 8	6
401-3 – Licença maternidade/paternidade	p.81	5, 8	6
<b>GRI 403: SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO 2018</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.83 e 84	3	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.83 e 84	3	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.83 e 84	3	
403-4 – Participação, consulta e comunicação dos trabalhadores sobre saúde e segurança ocupacional	p.84	3, 8	
403-6 – Promoção da saúde do trabalhador	p.80,83 e 84	3, 8	

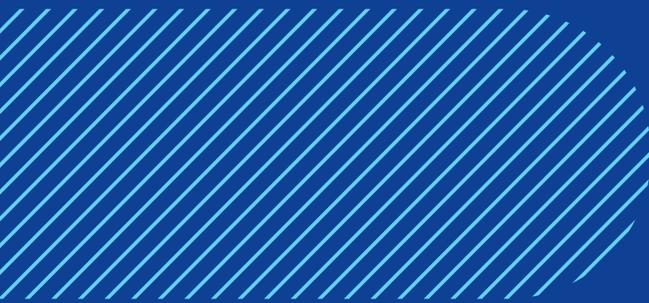
CONTEÚDO ESPECÍFICO	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>TREINAMENTO E EDUCAÇÃO</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.85	4	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.85	4	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.85	4	
404-1 – Média de horas de treinamento por ano, por empregado	p.85	4, 5, 8	6
404-2 – Programas para o desenvolvimento de competências dos empregados e de assistência para a transição de carreira	p.79 a 82	4, 8	
404-3 – Percentual de empregados que recebem regularmente avaliações de desempenho e de desenvolvimento de carreira	63% dos colaboradores elegíveis participaram do ciclo de avaliações em 2021, totalizando 1.688 colaboradores.	4, 8	
<b>DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.75 e 87	5	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.75 e 87	5	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.75 e 87	5	
405-1 – Diversidade em órgãos de governança e empregados	p. 50, 72, 75 e 77	5, 8	
<b>NÃO DISCRIMINAÇÃO</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.75		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.75		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.75		
406-1 – Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Em 2021, o Mercantil teve apenas um caso envolvendo discriminação. Após apuração a situação foi classificada como improcedente.	8	
<b>LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.72	16	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.72	16	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.72	16	
407-1 – Operações e fornecedores em que o direito à liberdade de associação e à negociação coletiva possa estar em risco	Os colaboradores do Mercantil têm ampla liberdade de associação e participam em negociações coletivas por meio de assembleias dos representantes da categoria (1/3 dos colaboradores são sindicalizados). A mesma liberdade pode ser observada nos fornecedores do Banco.	16	1,2,3,4, 6

CONTEÚDO ESPECÍFICO	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO A ESCRAVO</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.88		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.88		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.88		
409-1 – Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou obrigatório	O Mercantil do Brasil não apresentou, ao longo de 2021, nenhum fornecedor condenado por trabalho escravo. No mesmo período, um tomador de crédito pessoa física foi arrolado na lista do Ministério do Trabalho, tendo sua situação regularizada antes do fim do exercício em questão, tendo seu nome retirado da referida lista.	8, 16	
<b>PRÁTICAS DE SEGURANÇA</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.68		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.68		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.68		
410-1 – Pessoal de segurança treinado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Os profissionais encarregados da segurança patrimonial são contratados de empresa especializada e treinados pelo empregador direto, com o qual é estabelecido em contrato a obrigação de seguir os valores e padrões estabelecidos no Código de Conduta do Mercantil do Brasil.		
<b>AVALIAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.88	10	1
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.88	10	1
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.88	10	1
412-1 – Operações submetidas a análises ou avaliações de impacto sobre os direitos humanos	p.88	10	1,2,5
412-2 – Treinamento de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos	p.54		1,2,5
412-3 – Acordos e contratos de investimento significativos que incluem cláusulas sobre direitos humanos ou foram submetidos a avaliações de direitos humanos	Veja item GRI 409-1	8	1,2,5

CONTEÚDO ESPECÍFICO	RESPOSTA / PÁGINA	ODS	PACTO GLOBAL
<b>COMUNIDADES LOCAIS</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p. 87 a 89	10	
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p. 87 a 89	10	
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p. 87 a 89	10	
413-1 – Operações com engajamento da comunidade local, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento	p. 89 a 91	10,17	
<b>SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p. 68		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p. 68		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p. 68		
416-1 – Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Não houve, no período deste relatório, qualquer não conformidade com leis e/ou regulamentos, relativos ao tema.		
<b>CLIENTE</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.63 a 68		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.63 a 68		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.63 a 68		
GRI 418-1 – Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Foram recebidas cinco reclamações, sendo que nenhuma delas estava relacionada a eventos de anos anteriores. Não houve vazamentos, roubos ou perdas de dados de clientes identificados.		
<b>CONFORMIDADE SOCIOECONÔMICA</b>			
103-1 – Explicação do tópico material e seu limite	p.72		
103-2 – Forma de gestão e seus componentes	p.72		
103-3 – Avaliação da forma de gestão	p.72		
419-1 – Não conformidade com leis e regulamentos nas áreas social e econômica	Não houve não conformidade nessas áreas em 2021.	16	10

## FICHA TÉCNICA

Relatório de Sustentabilidade 2021 • Banco Mercantil do Brasil S/A • Coordenação: Gerência de Comunicação e Marketing • Produção de conteúdo e projeto gráfico: BH Press Comunicação • Fotos: Bruno Gonzaga e arquivo Mercantil do Brasil. Todas as imagens produzidas especialmente para este relatório, durante a pandemia, foram feitas seguindo os protocolos sanitários para proteger a saúde das pessoas. • Para mais informações e comentários: [relacoescominvestidores@mercantil.com.br](mailto:relacoescominvestidores@mercantil.com.br)



**MERCANTIL**  
**DO BRASIL**