

Relatório de Sustentabilidade 2025



SUMÁRIO

- | | |
|---|--|
| 01 MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
pág. 3 | 07 RELAÇÃO COM O CLIENTE
pág. 40 |
| 02 SOBRE O RELATÓRIO
pág. 5 | 08 DESEMPENHO ECONÔMICO
pág. 51 |
| 03 BANCO MERCANTIL
pág. 9 | 09 GENTE E CULTURA ORGANIZACIONAL
pág. 57 |
| 04 GOVERNANÇA CORPORATIVA
pág. 15 | 10 RESPONSABILIDADE SOCIAL,
AMBIENTAL E CLIMÁTICA
pág. 69 |
| 05 GESTÃO DE RISCOS
pág. 24 | 11 INOVAÇÃO E TECNOLOGIA
pág. 77 |
| 06 CONDUTA ÉTICA E TRANSPARENTE
pág. 32 | 12 SUMÁRIO GRI
pág. 83 |



MENSAGEM DO DIRETOR-PRESIDENTE

+ GRI 2-22

Ao longo de mais de oito décadas, o Banco Mercantil construiu uma trajetória com base na determinação e na capacidade de adaptação aos diferentes ciclos da economia brasileira. O ano de 2025 reafirmou essa essência em um ambiente macroeconômico desafiador. No Brasil, a atividade econômica desacelerou, com crescimento de 2,3%, ante 3,4% no ano anterior. A inflação, medida pelo IPCA, encerrou o período em 4,26%, enquanto a taxa Selic foi elevada gradativamente até alcançar 15% ao ano, refletindo a manutenção de uma política monetária restritiva ao longo do exercício.

Esse conjunto de indicadores revela um cenário que exigiu rigor técnico e prudência, característica que sempre esteve presente na trajetória do Banco Mercantil. Nossa história é marcada pela capacidade de atravessar períodos de instabilidade com serenidade e consistência. Vivenciamos, ao longo das décadas, cenários de mudanças monetárias, restrições de liquidez e transformações regulatórias profundas.

Essas experiências moldaram a cultura do Banco Mercantil, marcada pela responsabilidade na alocação de capital, respeito ao risco e foco permanente na solidez patrimonial, atributos fundamentais para a atividade bancária. Tenho

convicção de que instituições sólidas são construídas por pessoas comprometidas com um propósito comum.

Propósito que conecta muito bem as diferentes gerações do Mercantil. Somos uma organização que valoriza o debate técnico, a decisão colegiada e a prudência. Nosso modelo de governança, baseado no diálogo, na transparência e no respeito fortalece a qualidade das decisões e preserva a essência da instituição. Liderança, para nós, é construída pelo exemplo, pela coerência, pela confiança e pela convivência ao longo do tempo.

Nosso compromisso é continuar ampliando nossa relevância econômica com responsabilidade, criatividade e determinação. O futuro se constrói com perseverança e visão de longo prazo. Mantemos a convicção de que, com disciplina na execução da nossa estratégia e fidelidade aos nossos princípios, continuaremos avançando de forma sustentável, contribuindo de maneira efetiva para o desenvolvimento econômico do país e para a geração de oportunidades para o público 50+.

Luiz Henrique Andrade de Araújo

Diretor-presidente do Banco Mercantil



MENSAGEM DO CEO

+ GRI 2-22

É com imensa satisfação que anunciamos que 2025 entra para a história do Banco Mercantil como o ano em que superamos a marca de R\$ 1 bilhão em lucro líquido recorrente. Resultado que vai além de um recorde financeiro, esse desempenho simboliza a validação de um modelo de negócio resiliente e de uma equipe que demonstrou grande capacidade de transformar desafios complexos em oportunidades de crescimento. O ano foi marcado por uma necessidade constante de exercício da nossa adaptabilidade em função de mudanças no mercado e de uma economia com altas taxas de juros.

Iniciamos o período sob novo cenário no leilão do INSS, o que nos exigiu agilidade para deixar de apenas “aguardar o cliente” e passar a ser o banco que o cliente ativamente escolhe e no qual confia. Essa mudança de mentalidade foi coroada com a retomada de lotes de pagamento de benefícios do INSS por mérito e conformidade. Isso nos permitiu encerrar 2025 atingindo outra marca para nos orgulhar: 10 milhões de clientes.

A tecnologia, aliada à estratégia, nos permitiu avaliar com precisão as necessidades desse público para oferecer um atendimento ainda mais personalizado. Por meio da Inteligência Artificial e do uso estratégico do WhatsApp, personalizamos o atendimento digital para o público 50+, removendo barreiras e gerando percepção de valor.

Paralelamente, mantivemos nossa expansão física, outro destaque de 2025, com a inauguração de 61 Pontos de Atendimento, reforçando que a proximidade física é, para o nosso público, um diferencial de confiança inegociável.

A análise de outros números relacionados ao nosso desempenho reflete a eficiência operacional de uma instituição financeira com credibilidade de mais de 80 anos de história, foco em inovação e olhar voltado ao futuro. A carteira de crédito do Banco alcançou R\$ 23,7 bilhões, um crescimento de 39% em relação ao final de 2024. Também registramos R\$ 956 milhões em receitas de serviços, desempenho impulsionado pela maturidade do nosso ecossistema de seguros e assistências “Meu+”.

Toda essa evolução só foi possível graças à agilidade, ao compromisso e à eficiência do nosso time. Uma equipe que, além de entregar resultados consistentes, demonstra diariamente a força da nossa cultura. Fomos reconhecidos novamente pelo GPTW entre as melhores empresas para trabalhar no Brasil e conquistamos o selo de destaque em Saúde Mental. Prova de que crescimento sustentável nasce de um ambiente que coloca as pessoas no centro das decisões.

Olhamos para 2026 com o entusiasmo de quem sabe que a estratégia está correta e que a disciplina na execução é o que nos guiará na liderança da economia prateada no Brasil. Seguiremos avançando com foco, responsabilidade e coragem para inovar. Por tudo isso, deixo o meu sincero agradecimento a cada uma das pessoas que atuam no Banco Mercantil, comprometidas em fazer desta instituição o melhor ecossistema para o público 50+.

Gustavo Henrique Diniz de Araújo
CEO do Banco Mercantil



Sobre o Relatório

SOBRE O RELATÓRIO

+ GRI 2-3, 2-5, 2-14

Em sua sexta edição consecutiva, o Relatório de Sustentabilidade do Banco Mercantil reflete o amadurecimento da agenda ESG da Instituição e traduz, de forma autêntica, a maneira como a transparência, a ética e a governança estão presentes no cotidiano dos negócios.

Mais do que uma prestação de contas, este relatório expressa a identidade do Banco, evidenciando uma atuação consistente, orientada à geração de valor sustentável e ao fortalecimento da confiança com todos os seus *stakeholders*.

ESCOPO E ABRANGÊNCIA

Este documento detalha o desempenho do Banco Mercantil S.A. no período de **1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025**. Para garantir a compreensão plena do contexto de atuação e dos resultados de projetos iniciados no período, sempre que pertinente, foram incluídos dados relevantes referentes aos primeiros meses de 2026.

DIRETRIZES E MATERIALIDADE

A estruturação dos resultados segue os padrões da versão mais recente (2021) da norma Global

Reporting Initiative (GRI). A definição dos indicadores apresentados baseia-se no estudo de temas materiais concluído em 2023, abrangendo os pilares econômico, social, ambiental e de governança (ESG).

GOVERNANÇA E CONFIABILIDADE DOS DADOS

A integridade das informações aqui relatadas é assegurada por um rigoroso processo de revisão e validação:

+ Aprovações: o conteúdo foi aprovado pela Diretoria Executiva, pelo Conselho de Administração e por integrantes de comitês internos do Banco.

+ Auditoria financeira: as informações contábeis seguem as práticas brasileiras e foram submetidas à auditoria independente da PwC (PricewaterhouseCoopers).

+ Suporte ao leitor: para facilitar a interpretação de conceitos específicos do setor, um [glossário](#) de termos técnicos integra a parte final deste relatório.

*A quase totalidade das imagens deste relatório são de pessoas reais, colaboradoras do Mercantil, fotografadas na sede e agências do Banco.



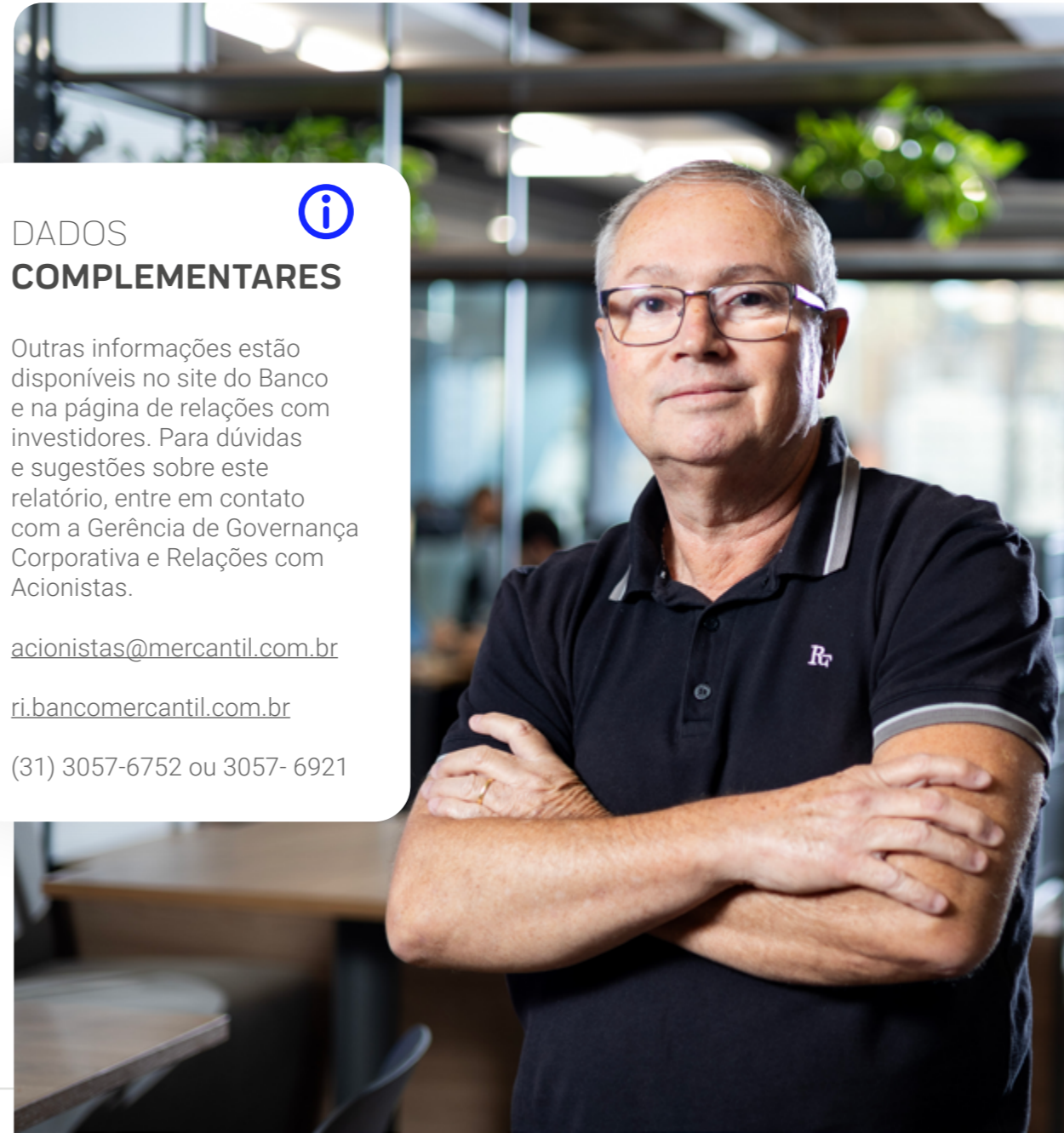
DADOS COMPLEMENTARES

Outras informações estão disponíveis no site do Banco e na página de relações com investidores. Para dúvidas e sugestões sobre este relatório, entre em contato com a Gerência de Governança Corporativa e Relações com Acionistas.

acionistas@mercantil.com.br

ri.bancomercantil.com.br

(31) 3057-6752 ou 3057- 6921



ESTUDO DE MATERIALIDADE

+ GRI 3-1, 3-2

Com o intuito de identificar os temas e impactos mais significativos relacionados às atividades do Banco Mercantil, foi conduzido, por consultoria especializada, um estudo de materialidade, no período de dezembro de 2022 a março de 2023. O detalhamento da metodologia utilizada e as etapas do processo podem ser consultados [aqui](#).

Os resultados obtidos, apresentados neste documento, apontam os temas mais relevantes que sustentam a estratégia ESG (Ambiental, Social e de Governança) do Banco. Cabe ressaltar que desde o estudo, o Mercantil tem evoluído na gestão dos aspectos ESG mais condizentes com as suas atividades, o que tem se traduzido em avanços no reporte de temas na frente Social - inclusão financeira, proteção do consumidor, crédito responsável e educação financeira para o público 50+ -, entendidos como muito relevantes considerando o modelo de negócio do Banco.

O mesmo se aplica à Governança, uma vez que a gestão de riscos, a transparência, a

ética e a confiança, elementos essenciais a qualquer organização, assumem caráter ainda mais estratégicos no setor financeiro. Além disso, os aspectos ambientais e os riscos climáticos são abordados neste relatório em atendimento às diretrizes regulatórias do Banco Central do Brasil e em alinhamento aos resultados do estudo de materialidade, que posiciona a ecoeficiência operacional entre os temas relevantes para o Mercantil.

Para os próximos ciclos, além de atualizar o estudo de materialidade, pretende-se continuar evoluindo no reporte de temas materiais por meio da apresentação de metas e da série histórica para mais indicadores relevantes. Essas informações são fundamentais para o processo de aprimoramento contínuo da gestão e perenidade do negócio, permitindo que o Mercantil atue de forma alinhada às expectativas de seus *stakeholders*, às exigências regulatórias e aos temas estratégicos identificados no estudo de materialidade.



TEMAS MATERIAIS

+ GRI 3-2

- + Governança corporativa
- + Conduta ética e transparente
- + Gestão de riscos
- + Gente e cultura organizacional
- + Relação com clientes

TEMAS ESTRATÉGICOS IDENTIFICADOS*

- + Segurança de informação e proteção de dados
- + Inovação e tecnologia
- + Ecoeficiência operacional
- + Economia verde e inclusiva

* Temas estratégicos são aqueles que têm impacto e relevância para o Banco Mercantil e devem fazer parte de sua estratégia ESG.



O Banco Mercantil alinha sua atuação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, conhecidos como Agenda 2030. Seis ODS estão diretamente relacionados aos temas mais relevantes para o Banco como ilustrado aqui.



Banco Mercantil



BANCO MERCANTIL

+ GRI 2-1, 2-6, 2-7

ANO DE FUNDAÇÃO: **1940**

SEDE: **BELO HORIZONTE/MG**



5º MAIOR
PAGADOR DE BENEFÍCIOS
DO INSS NO BRASIL



3.810
COLABORADORES
(INCLUI ESTAGIÁRIOS)



FOCO NO ATENDIMENTO
AO PÚBLICO
50+



352
PONTOS DE ATENDIMENTO
DISTRIBUÍDOS PELO
TERRITÓRIO NACIONAL



PRESENTE EM
269 CIDADES
DE 24 ESTADOS + DISTRITO FEDERAL

POSTOS DE ATENDIMENTO: **298**

AGÊNCIAS BANCÁRIAS: **2**

LOJAS PARCEIRAS: **8**



10 MILHÕES
DE CLIENTES

LOJAS BEM AQUI: **44**



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS



SELO GREAT PEOPLE MENTAL HEALTH – GREAT PLACE TO WORK (GPTW)

A certificação é concedida a empresas que se destacam em práticas de promoção da saúde mental e bem-estar dos colaboradores. Em 2025, o Banco Mercantil ficou classificado entre as 10 melhores empresas do GPTW - *Mental Health*.

RANKING MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR NO BRASIL – GPTW 2025

De acordo com o *ranking* do *Great Place to Work*, que avalia o clima organizacional e as práticas de gestão, nossa instituição alcançou a 61ª posição entre as 175 melhores empresas do Brasil. No recorte regional, conquistamos o 6º lugar em Minas Gerais em empresas de grande porte.

PRÊMIO ABEMD 2025

Premiação da Associação Brasileira de Marketing de Dados que reconhece projetos inovadores em marketing orientado por dados. O Banco Mercantil foi premiado na categoria *Customer Success* com os cases:

+ *Atendimento 360°: Inovação e Empatia no Atendimento ao Público 50+*

+ *Teleendas 360°: Expansão e Qualificação de Relacionamentos*

EXPANSÃO DA REDE DE ATENDIMENTO

Em 2025, o Banco Mercantil consolidou uma de suas mais expressivas fases de crescimento físico, reafirmando a estratégia de aliar digitalização e proximidade, essencial para o público 50+. A expansão foi planejada para acompanhar o aumento da base de clientes, que atingiu o marco de 10 milhões ao final de 2025.

+ Capilaridade nacional: inauguração de 61 unidades ao longo de 2025. Com isso, a rede encerrou o ano com 352 pontos de atendimento distribuídos estrategicamente por todo o território brasileiro.

+ Investimentos e abrangência: foram investidos aproximadamente R\$ 25,5 milhões no plano de expansão regional. A rede física agora cobre 24 estados + Distrito Federal, com destaque para as regiões Sul (34) e Norte/Nordeste (17), novas unidades em cidades como Curitiba (PR), Londrina (PR), Florianópolis (SC), Joinville (SC), Porto Alegre (RS), Aracaju (SE), Castanhal (PA), Parnamirim (RN) e Imperatriz (MA), além da ampliação na capital paulista, com três novos pontos de atendimento.

+ Localização estratégica: as novas unidades foram instaladas em grandes centros urbanos e áreas de fácil acesso, como pontos de ônibus, lotéricas e farmácias, visto que a proximidade com os clientes fortalece o relacionamento.

+ Hubs de experiência: além da resolução de demandas específicas, as lojas funcionam como centros onde os clientes conhecem e experimentem as tecnologias do Banco, promovendo a inclusão digital assistida de forma mais segura para o público 50+. A rede física transcende o papel bancário e se torna um elo comunitário, oferecendo o sorriso e a escuta ativa a quem busca conexão humana. Tendo o físico como a porta de entrada da confiança e o digital como canal da eficiência, o Banco promove uma jornada contínua e conveniente ao público 50+.

ALAGOAS
2 cidades

AMAPÁ
1 cidade

AMAZONAS
1 cidade

BAHIA
21 cidades

CEARÁ
3 cidades

DISTRITO FEDERAL
1 cidade

ESPÍRITO SANTO
6 cidades

GOIÁS
12 cidades

MARANHÃO
3 cidades

MATO GROSSO
7 cidades

MATO GROSSO DO SUL
5 cidades

MINAS GERAIS
63 cidades

PARÁ
3 cidades

PARAÍBA
2 cidades

PARANÁ
13 cidades

PERNAMBUCO
5 cidades

PIAUÍ
1 cidade

RIO DE JANEIRO
5 cidades

RIO GRANDE DO NORTE
3 cidades

RIO GRANDE DO SUL
7 cidades

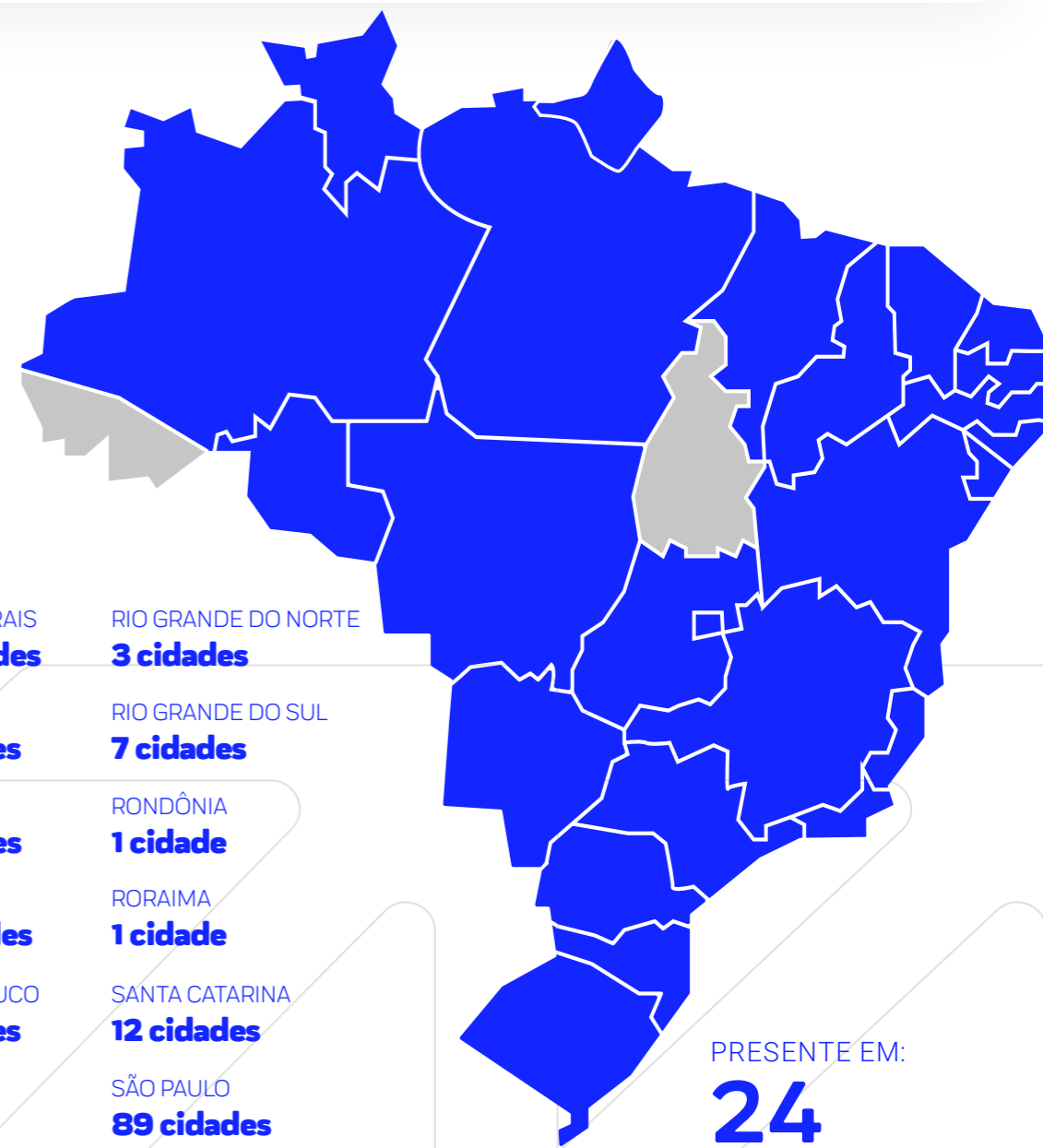
RONDÔNIA
1 cidade

RORAIMA
1 cidade

SANTA CATARINA
12 cidades

SÃO PAULO
89 cidades

SERGIPE
2 cidades



PRESENTE EM:

24
ESTADOS
+ DISTRITO FEDERAL



PÁGINA INTERATIVA
CLIQUE NOS BOTÕES + PARA NAVEGAR

HISTÓRIA

Fundado em 1940 e com início de suas operações em 1943, o Banco Mercantil nasceu do propósito de um grupo de bancários de Curvelo (MG) de impulsionar o desenvolvimento regional. Com uma trajetória que já ultrapassa oito décadas, a instituição expandiu sua capilaridade nacional, estando presente em centenas de cidades brasileiras. Ao final de 2025, o Banco atingiu o marco histórico de **10 milhões de clientes**, consolidando também sua atuação e relevância.

1943	1972	2021
1953	1977	2022
1955	2010	2023
1960	2019	2024
1970	2020	2025

PROPÓSITO E VALORES

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





Governança Corporativa

GOVERNANÇA CORPORATIVA

TEMA MATERIAL

+ GRI 3-3: GOVERNANÇA; 2-9, 2-11

A gestão do Banco Mercantil é orientada pelos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. Esses compromissos sustentam a perenidade do negócio e o crescimento sustentável, apoiados em uma rigorosa segregação de funções e na atuação integrada entre as áreas. O modelo de governança é revisado periodicamente, com foco em seu aprimoramento contínuo.

COMPROMISSO COM O MERCADO E B3

Desde 2020, o Banco está listado no Nível 1 de Governança Corporativa da B3, o que impõe a adoção de padrões rigorosos de transparência para investidores. Entre as práticas mantidas, destacam-se:

- + Manutenção de ações em circulação (*free float*) de 20%, no mínimo.
- + Separação obrigatória entre os cargos de Presidente do Conselho de Administração e Diretor-presidente.
- + Mandatos unificados de 2 (dois) anos para os conselheiros e divulgação anual de calendário de eventos corporativos.

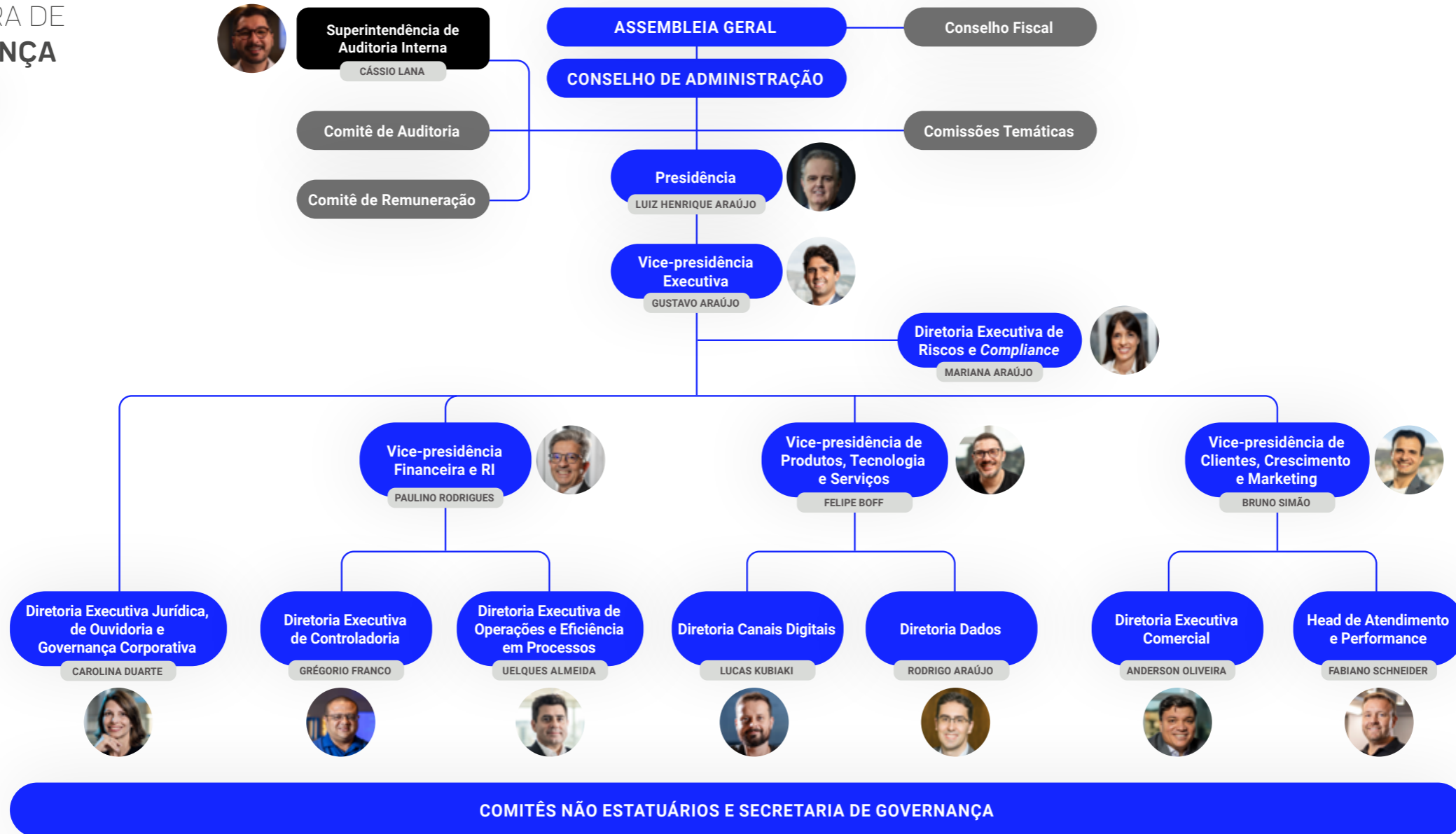
NÍVEIS DE GOVERNANÇA

- + Assembleia Geral de Acionistas
- + Conselho Fiscal
- + Conselho de Administração
- + Comitês Estatutários (Comitê de Auditoria e de Remuneração)
- + Comissões Temáticas
- + Presidência
- + Vice-Presidência Executiva (CEO)
- + Vice-Presidência
- + Diretorias Executivas
- + Diretorias



ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

+ GRI 2-11



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

+ GRI 2-9, 2-10, 2-12, 2-17

O Conselho de Administração (CA) do Banco Mercantil exerce um papel fundamental na estrutura de governança corporativa da instituição, sendo responsável por definir as diretrizes estratégicas e assegurar que as práticas da organização estejam alinhadas com os melhores interesses de seus acionistas, clientes e demais *stakeholders*. O CA está comprometido em adotar práticas de governança de excelência, assegurando que a instituição opere de maneira responsável, com foco no cumprimento das obrigações regulatórias e na promoção da sustentabilidade no longo prazo.

Em um ambiente regulado como o do setor bancário, a atuação do CA é crucial para mitigar riscos, proteger os interesses dos acionistas e clientes, e contribuir para o fortalecimento contínuo da reputação e da posição do Banco no mercado.

Órgão central de decisão estratégica, o Conselho de Administração zela

pelos interesses de acionistas, clientes e demais *stakeholders*, orientando a atuação da Instituição com base em princípios de solidez, responsabilidade e geração de valor sustentável. Entre outras atribuições, compete ao Conselho a aprovação da Política Institucional de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (RSAC) e a nomeação do *Chief Risk Officer* (CRO), reforçando o compromisso com a adequada gestão de riscos e a integração dos temas ESG à estratégia do Banco.

O Conselho de Administração atua de forma ativa na definição de estratégias, supervisão da gestão e antecipação de riscos e oportunidades, contribuindo para o fortalecimento da governança, decisões sustentáveis e geração de valor no longo prazo. Conta com o apoio de Comitês Estatutários e Comissões Temáticas, que conferem maior agilidade, transparência e assertividade às decisões estratégicas.



A Política Institucional de RSAC é apresentada no capítulo **Responsabilidade Social, Ambiental e Climática** deste relatório e pode ser acessada na íntegra no site de RI.

[ri.bancomercantil.com.br/
governanca-corporativa/
estatutos-codigos-e-politicas/
politicas](https://ri.bancomercantil.com.br/governanca-corporativa/estatutos-codigos-e-politicas/politicas)

COMPOSIÇÃO E MANDATO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

- + Composto por 9 (nove) membros eleitos em Assembleia Geral;
- + Mandato unificado de 2 (dois) anos, com possibilidade de reeleição;
- + No mínimo 20% do total de membros devem ser conselheiros independentes, expressamente declarados como tal em Assembleia Geral;
- + No mandato atual (2024-2026), 30% dos membros são conselheiros independentes;
-
- + requisitos exigidos pela legislação, pelo estatuto social do Banco e pela Política Institucional de Indicação;
- + Presidente, Vice-Presidente e Secretário são eleitos por maioria absoluta entre os membros empossados.

MEMBROS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO (MANDATO 2024 A 2026)

+ GRI 2-9



Os perfis dos membros do Conselho de Administração podem ser consultados no endereço:

<https://cvmweb.cvm.gov.br/SWB/Sistemas/SCW/CPublica/CiaAb/FormBuscaCiaAb.aspx?TipoConsult=c>

*Conselheiros independentes, conforme critérios da legislação aplicável.

CONSELHO FISCAL

É o órgão da estrutura de governança com a atribuição de acompanhar e fiscalizar os atos do Conselho de Administração e da Diretoria, assegurando que as práticas contábeis e financeiras estejam em conformidade com a legislação, a regulamentação aplicável e as melhores práticas de governança corporativa.

No exercício de suas funções, o Conselho Fiscal analisa as demonstrações financeiras, emite pareceres e acompanha a atuação dos auditores independentes, contribuindo para a transparência das informações divulgadas e para o fortalecimento dos controles internos. Sua atuação independente reforça a confiabilidade dos processos e a integridade das informações prestadas aos acionistas e demais *stakeholders*.

+ Composição: 5 (cinco) integrantes efetivos e suplentes em igual número.

+ Instalação e nomeação: é estabelecida anualmente por decisão dos acionistas em Assembleia Geral, operando sob atribuições definidas por lei.

+ Remuneração: a remuneração anual de seus membros é deliberada em Assembleia Geral Ordinária, observado o mínimo estabelecido em lei e seguindo as diretrizes da Política de Remuneração dos Administradores.



DIRETORIA ESTATUTÁRIA

É composta por executivos altamente qualificados, responsáveis pela condução operacional da Instituição, coordenando e supervisionando as atividades do dia a dia, de modo a assegurar a adequada implementação das diretrizes estratégicas e a eficiência das operações, em conformidade com os parâmetros estabelecidos.

No exercício de suas atribuições, a Diretoria atua com base em princípios de transparência e ética, mantendo interlocução contínua e estruturada com o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal, os Comitês Estatutários e os acionistas acerca do desempenho das operações e da situação econômico-financeira do Banco. Essa atuação contribui para o fortalecimento da confiança dos investidores e para a consolidação da reputação da Instituição no mercado.

+ Composição: no mínimo 3 (três) e no máximo 21 (vinte e um) membros eleitos pelo Conselho de Administração.

+ Mandato: unificado de 2 (dois) anos, sendo permitida a reeleição.

+ Candidatos: devem atender aos requisitos exigidos pela legislação, pelo Estatuto Social do Banco e pela Política Institucional de Indicação.

+ Atuação: tem poderes e atribuições estabelecidos por lei, pelo Estatuto Social e os que forem outorgados pelo Conselho de Administração.

COMITÊS ESTATUTÁRIOS

A governança recebe o suporte de comitês estatutários:

COMITÊ DE AUDITORIA (COAUD)

Supervisiona a eficácia dos processos de auditoria interna e externa. Além disso, revisa as demonstrações financeiras e relatórios de auditoria, avaliando a adequação dos controles internos do Banco. Entre suas principais atribuições estão a revisão das demonstrações financeiras; a avaliação da efetividade das auditorias interna e externa e o acompanhamento da execução, pela Diretoria, das recomendações feitas pelos auditores.

+ Composição: deve ser composto por, no mínimo, 3 (três) e, no máximo, 5 (cinco) membros.

+ Nomeação: eleitos e destituíveis pelo Conselho de Administração devendo, ao menos um de seus membros integrar

o Conselho de Administração, sem participação na Diretoria.

+ Qualificação: pelo menos um membro deverá ter comprovados conhecimentos nas áreas de contabilidade e auditoria.

COMITÊ DE REMUNERAÇÃO

+ GRI 2-20

O Comitê de Remuneração deve ser composto por membros que atendam às condições legais e regulamentares aplicáveis ao exercício do cargo, sendo obrigatória a participação de, no mínimo, um membro que não integre a administração da Instituição.

A composição do Comitê de Remuneração deve assegurar a presença de integrantes com qualificação e experiência compatíveis com o exercício de julgamento técnico, independente e criterioso acerca da política de remuneração dos administradores,

inclusive no que se refere aos seus impactos na gestão de riscos.

Além disso, avalia e supervisiona as políticas de remuneração e benefícios para os administradores da instituição. Assume papel estratégico na atração, retenção e motivação de talentos da alta administração. Atua aliando os objetivos de longo prazo do Banco às melhores práticas de governança corporativa e às exigências regulatórias. Entre suas atribuições estão a elaboração e revisão anual da política de remuneração dos administradores e a proposição da remuneração global anual dos administradores, a ser submetida à Assembleia Geral.

+ Composição: no mínimo de 3 (três) e no máximo de 5 (cinco) membros, eleitos pelo Conselho de Administração.

+ Mandato: 1 (um) ano que se estenderá até a posse dos novos membros, renováveis por nove períodos adicionais, nos termos da legislação aplicável.

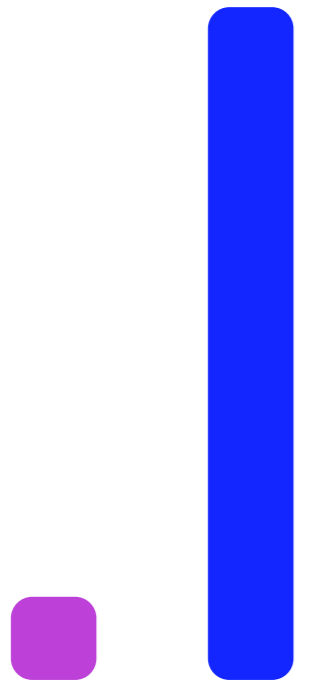


COMPOSIÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO

+ GRI 405-1

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GÊNERO



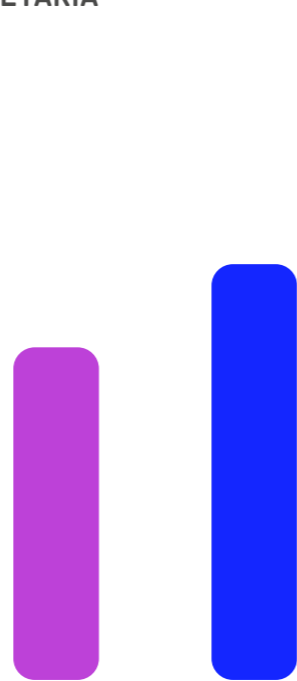
11%

Feminino

89%

Masculino

FAIXA ETÁRIA



44%

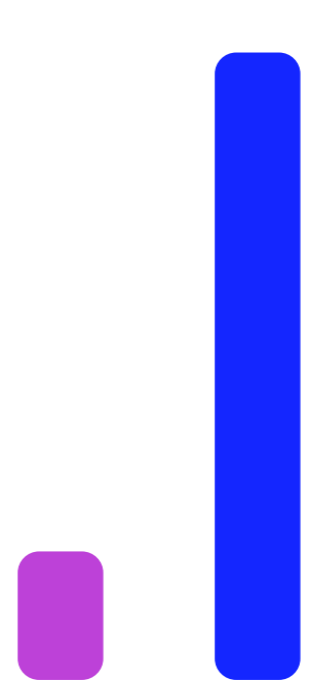
Entre 30 e
50 anos

55%

Acima de
50 anos

DIRETORIA

GÊNERO



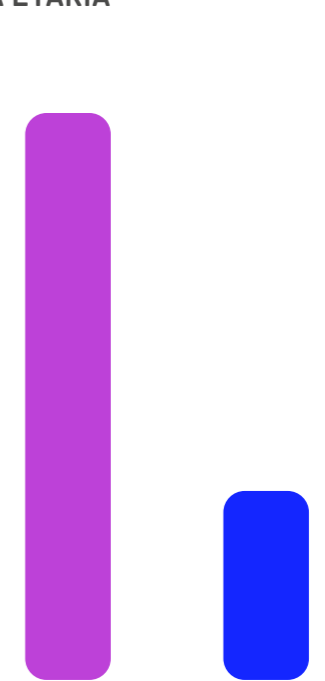
17%

Feminino

83%

Masculino

FAIXA ETÁRIA



75%

Entre 30 e
50 anos

25%

Acima de
50 anos

REMUNERAÇÃO DOS ADMINISTRADORES E MEMBROS DO CONSELHO FISCAL

+ GRI 2-19, 2-20

É submetida à Assembleia Geral Ordinária (AGO), mediante proposta elaborada em observância às diretrizes da Política de Remuneração dos Administradores. A revisão ocorre anualmente, por meio do Comitê de Remuneração e aprovação pelo Conselho de Administração.

O Banco Mercantil divulga as diretrizes, critérios e limites para a remuneração fixa e variável, conforme as normas do Banco Central e da Comissão de Valores Mobiliários.

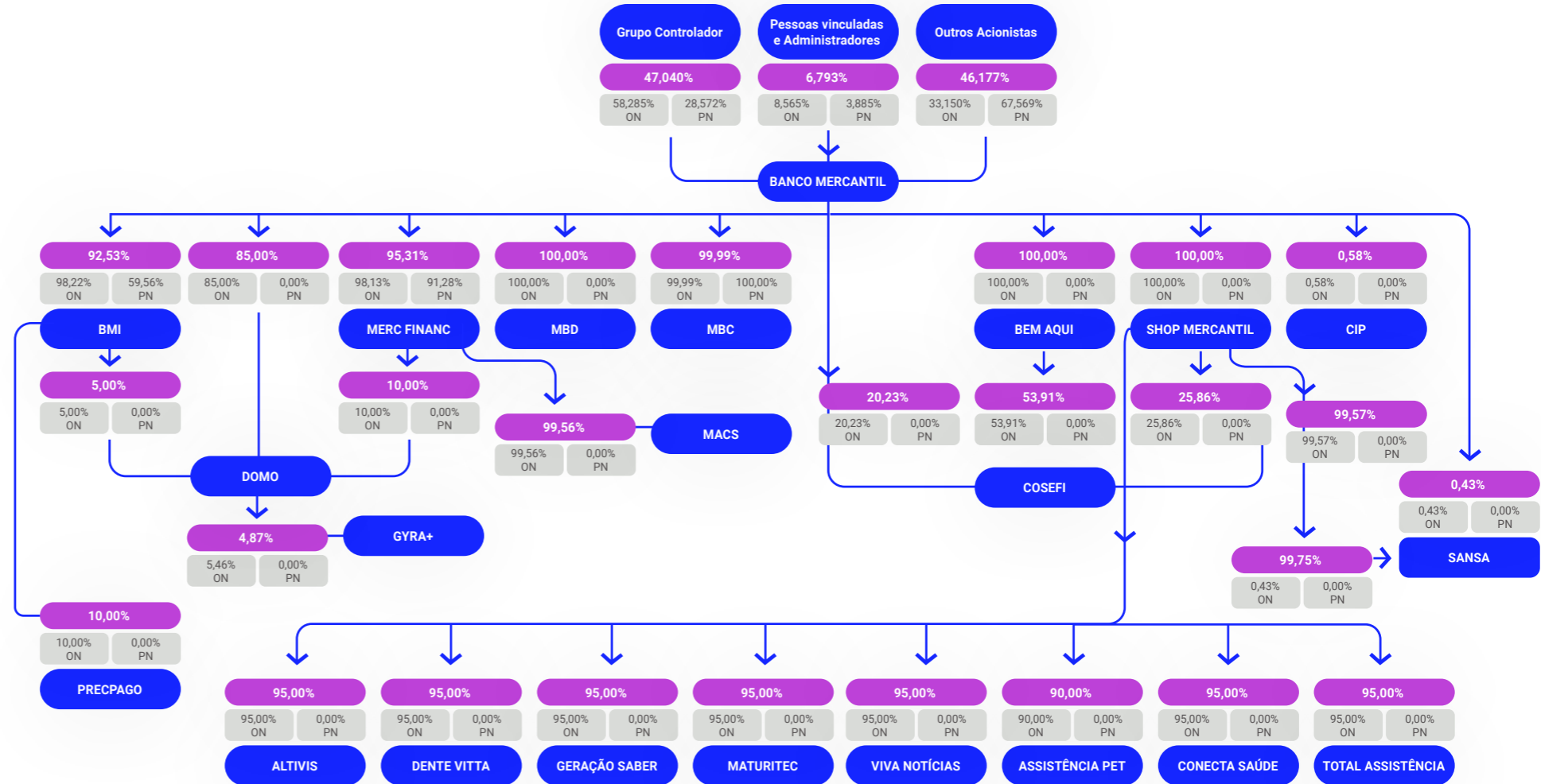
Para mais informações, acesse:

[Site de relações com investidores](#)

[Site CVM](#)

[Site Bolsa de Valores Brasileira \(B3\)](#)

ESTRUTURA SOCIETÁRIA





Gestão de Riscos



GESTÃO DE RISCOS

TEMA MATERIAL

+ GRI 2-16

O Mercantil mantém um modelo de governança de riscos fundamentado na independência funcional e no envolvimento direto da alta administração nas deliberações estratégicas. Em 2025, essa estrutura foi fortalecida com a elevação da Diretoria de Riscos e Compliance ao nível executivo (C-level), garantindo maior autonomia e mantendo sua subordinação direta ao CEO.

ESTRUTURA DE GERENCIAMENTO DE RISCOS

+ GRI 3-3: GESTÃO DE RISCOS

No Banco Mercantil, a gestão de riscos é orientada pela Declaração de Apetite a Riscos (RAS), que estabelece os níveis aceitáveis de exposição da Instituição. Esse processo contínuo envolve identificação, mensuração, consolidação e avaliação dos riscos, permitindo acompanhar tanto o nível de exposição quanto a adequação de capital. Para subsidiar as decisões do Comitê de Riscos e da Diretoria, são elaborados relatórios com informações quantitativas e qualitativas sobre os resultados e o desempenho do Banco.

ETAPAS DO GERENCIAMENTO DE RISCOS

IDENTIFICAR

Os eventos, internos e externos, são identificados e classificados entre riscos e oportunidades. Essas oportunidades são canalizadas para os processos de estabelecimento de estratégias da administração ou de seus objetivos.

AVALIAR

Os riscos são analisados, considerando-se a sua probabilidade e o impacto como base para determinar o modo pelo qual deverão ser administrados.

CONTROLAR E MENSURAR

A Política, os limites, os indicadores e os procedimentos são estabelecidos e implementados para assegurar que as respostas aos riscos sejam executadas com eficácia.

MONITORAR

O monitoramento é realizado através de atividades gerenciais contínuas e/ou avaliações independentes.

MITIGAR

Os testes de estresse de condições extremas de mercado são realizados a fim de permitir avaliar possíveis impactos de cenários adversos, mas plausíveis sobre a exposição assumida pela Instituição, identificando assim potenciais vulnerabilidades.

REPORTAR

O fomento tempestivo das informações e análises sobre os riscos à estrutura organizacional responsável por sua gestão na Instituição, bem como as conclusões e providências adotadas.

PRINCIPAIS CATEGORIAS DE RISCOS RELACIONADOS ÀS ATIVIDADES DO BANCO MERCANTIL



MERCADO



LIQUIDEZ



CRÉDITO



OPERACIONAL E LEGAL



SOCIAL



AMBIENTAL



CLIMÁTICO



ESTRATÉGIA



CONDUTA



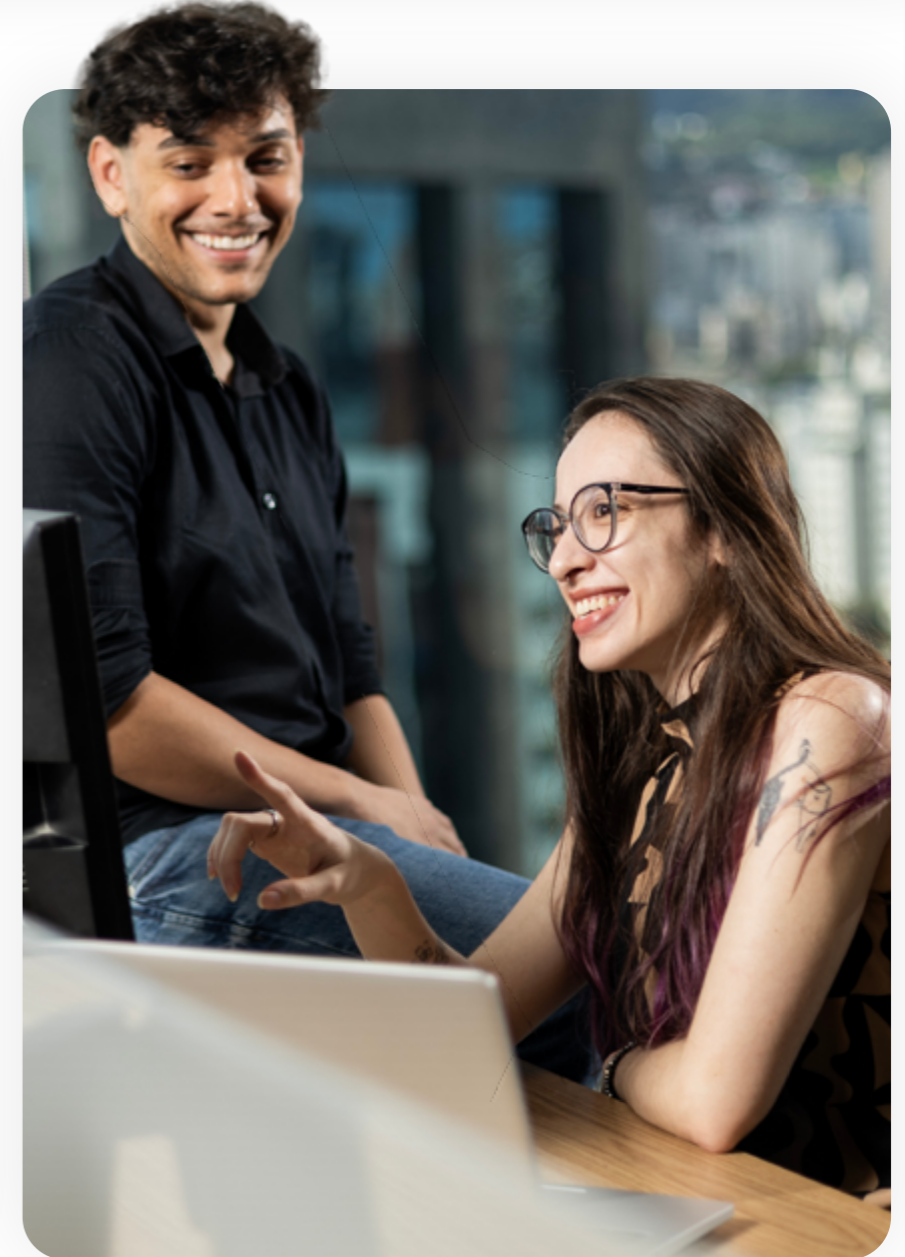
CIBERNÉTICO



REPUTAÇÃO E IMAGEM



CONFORMIDADE



DECLARAÇÃO DE APETITE A RISCOS (RAS)

É um instrumento fundamental para o processo decisório, uma vez que estabelece os níveis de risco toleráveis para o cumprimento dos objetivos estratégicos. O documento também orienta a elaboração de planos de ação sempre que forem necessários ajustes para o alcance dos resultados esperados. O monitoramento do apetite a riscos ocorre por meio de *dashboards*, alertas recorrentes e relatórios de gestão de riscos e de desempenho da instituição.

INOVAÇÃO EM RISCO CIBERNÉTICO

Considerado uma prioridade global e um tema estratégico para o Banco Mercantil, o risco cibernético recebeu investimentos e atenção redobrada em 2025. Um diferencial competitivo da instituição é a utilização de plataforma própria de conexão direta com o Banco Central para operações como o pix. Essa infraestrutura

eleva o patamar de segurança ao eliminar a dependência de ferramentas de terceiros e reduzir vulnerabilidades, garantindo maior integridade aos dados e agilidade nas transações, posicionando-se à frente na proteção dos ativos de seus clientes em comparação ao uso de soluções de terceiros.

A arquitetura de proteção do Banco Mercantil é estruturada em níveis complementares para garantir a máxima resiliência digital:

- + Primeira Linha (execução e resposta):** Focada na operação técnica e diária de *Cybersecurity* e Segurança da Informação. É a linha de frente na proteção de dados e na garantia de conformidade com a LGPD, agindo proativamente na neutralização de ameaças.
- + Segunda Linha (gerenciamento e validação):** composta pelas áreas de Riscos e TI, que foram robustecidas em 2025 com a contratação de especialistas estratégicos. Atua na validação independente de controles, mapeamento de vulnerabilidades e refinamento de

processos, garantindo que as defesas operacionais sigam os mais altos padrões de segurança.



GESTÃO DE ACESSOS À IDENTIDADE

O Banco estabelece níveis rigorosos de permissão para garantir a proteção de dados. Colaboradores e parceiros utilizam mecanismos de Autenticação Multifator (MFA), incluindo biometria e *tokens*. Adicionalmente, gestores de sistemas críticos realizam a Certificação Anual de Acessos sob sua responsabilidade, validando a necessidade e a conformidade das permissões vigentes em cada sistema.





PRINCIPAIS FRENTES DE ATUAÇÃO DO BANCO MERCANTIL EM **SEGURANÇA CIBERNÉTICA**

- + Estrutura de gerenciamento de riscos: atuação corporativa e integrada para identificar, avaliar, tratar e comunicar riscos cibernéticos.
- + Política Institucional de Segurança Cibernética: estabelece diretrizes e procedimentos para proteger os ativos de informação, prevenindo incidentes, respondendo a ameaças e assegurando a continuidade das operações.
- + Prevenção para colaboradores: conscientização e capacitação contínua com treinamentos, vídeos, cartilhas e testes de *phishing*.
- + Conteúdos para clientes: apoio à produção de materiais educativos sobre segurança cibernética voltados ao público externo.

PREVENÇÃO A FRAUDES **ELETRÔNICAS E DOCUMENTAIS**



As transações nos canais digitais e a abertura de contas são monitoradas para prevenir fraudes, com a adoção de mecanismos voltados à usabilidade e à segurança de colaboradores e clientes.

Para todas as operações de contratação de produtos e serviços e para o início de relacionamento com o cliente, abertura de contas, é feita a validação completa do cliente que vai desde o *liveness* até a checagem documental. Além disso, todas as operações realizadas são monitoradas por regras de segurança visando à legitimidade da operação e à mitigação de fraudes e golpes.



RISCOS NÃO FINANCEIROS

RISCOS SOCIOAMBIENTAIS E CLIMÁTICOS (RSAC)

O Banco aprimorou o monitoramento de eventos climáticos extremos, como inundações e secas, avaliando seu impacto na capacidade financeira dos clientes e, conseqüentemente, na inadimplência (exemplo observado nos eventos do Rio Grande do Sul). Além disso, mantém processos rigorosos de avaliação para clientes do setor rural, observando a não sobreposição das coordenadas geodésicas da área objeto de concessão com as coordenadas de Terras Indígenas e Unidades de Conservação.

CONTROLES INTERNOS

O Sistema de Controles Internos garante que todos os processos sejam conduzidos com segurança e foco em objetivos. Para isso, a conscientização sobre os riscos em todos os níveis da organização, nos permite tomar decisões mais sólidas sobre a governança e estratégia. Com esse rigor, busca-se a confiabilidade e a integridade de informações gerenciais e financeiras e o cumprimento integral de leis e regulamentos internos e externos.

GESTÃO DE CONTINUIDADE DOS NEGÓCIOS

O Banco Mercantil investe em planejamento rigoroso e testes permanentes de sistemas críticos. Essa estratégia abrange três pilares essenciais:

- + **Continuidade de tecnologia:** Asseguramos a alta disponibilidade e segurança de nossa infraestrutura sistêmica;
- + **Continuidade do atendimento:** Garantimos que nossa rede de atendimento permaneça funcional;
- + **Continuidade das operações:** Focamos na resiliência dos processos corporativos centrais.

Além disso, o Banco possui planos específicos para lidar com questões de saúde pública (protegendo clientes e colaboradores) e planos de Gestão de Crise dedicados a eventos que possam impactar sua imagem e reputação.

GOVERNANÇA DE COMITÊS CORPORATIVOS

+ GRI 2-9, 2-13, 2-16, 2-17

A governança do gerenciamento dos riscos se apoia na estrutura de comitês corporativos de alto nível, que por meio de uma estrutura de Comitês Corporativos, estatutários e não estatutários, subordinados à Diretoria Executiva e compostos por gestores e membros da alta Administração. Esse modelo se apoia em decisões colegiadas, visando ao alinhamento com os objetivos estratégicos do Banco, visão integrada, monitoramento contínuo e suporte qualificado à tomada de decisão.



COMITÊS ESTRATÉGICOS

COMITÊ DE RISCOS

Subcomitês:

- + Ativos e Passivos (ALCO)
- + ESG
- + Apreçamento de instrumentos financeiros
- + Precificação

COMITÊ DE CONDUTAS ÉTICAS

Subcomitês:

- + Investigação Corporativa

COMITÊ DE POLÍTICA DE CRÉDITO

COMITÊ DE PROJETOS

Subcomitês:

- + Gestão de Mudanças

COMITÊ DE PRODUTOS E SUIABILITY

COMITÊS TÁTICOS

COMITÊ DE PREVENÇÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO (PLD-CFT)

COMITÊ DE COMPLIANCE, CONTROLES INTERNOS E GESTÃO DE PERDAS

COMITÊ DE CLIENTES

COMITÊ DE TI

COMITÊ DE DESEMPENHO E PESSOAS

COMITÊ DE CRÉDITO

COMITÊ DE CAUSAS RAÍZES

Subcomitês:

- + Clientes

Subcomitês:

- + Gestão de Mudanças de TI
- + Governança de Dados

COMITÊS ESTATUTÁRIOS

COMITÊ DE AUDITORIA

COMITÊ DE R EMUNERAÇÃO

COMITÊS EXTRAORDINÁRIOS

COMITÊ DE CRISE



SUBCOMITÊ ESG

+ GRI 2-13

Nos últimos anos, o órgão foi fortalecido com a ampliação de áreas e a fixação de reuniões trimestrais. Entre as ações realizadas pelo subcomitê nos últimos anos destacam-se pesquisas de percepção interna e projetos de educação financeira, como a plataforma “Meu Bolso em Dia”. Além disso, a contratação de estagiários 50+ e a criação de um banco de doadores de sangue em parceria com a Hemominas.

PRINCIPAIS FUNÇÕES

- + Deliberar, acompanhar e sugerir melhorias nos planos de trabalho e planos de ação, entre outros, e emitir suas recomendações ao Comitê de Riscos;
- + Promover ações sociais para identificar e apoiar iniciativas alinhadas aos valores e à missão do Mercantil;
- + Assessorar e propor recomendações ao Comitê de Riscos sobre a Política de Responsabilidade de Risco Social, Ambiental e Climático (PRSAC);
- + Participar da elaboração e atualização de relatórios que demonstrem o desempenho ESG do Banco às partes interessadas (*stakeholders*), incluindo este Relatório de Sustentabilidade;
- + Contribuir para o fomento das melhores práticas de Sustentabilidade e de Governança no negócio.



Conduta Ética e Transparente

CONDUTA ÉTICA E TRANSPARENTE

TEMA MATERIAL

“Ética sempre” é um dos valores do Banco Mercantil. A instituição possui um modelo de gestão formado por políticas, mecanismos e canais para atuar de forma preventiva e corretiva nos casos relacionados ao tema.

CÓDIGO DE ÉTICA

+ GRI 3-3: ÉTICA E INTEGRIDADE; 2-15, 2-23, 2-24

O documento é válido para todas as empresas do Grupo e orienta a conduta nos relacionamentos com diferentes públicos e no ambiente de trabalho. Além disso, apresenta exemplos de condutas adequadas e inadequadas e principais políticas internas que devem ser conhecidas. Aplica-se a colaboradores, acionistas, conselheiros, administradores, fornecedores, prestadores de serviços e parceiros. Todos recebem treinamento na admissão, fazem reciclagem anual obrigatória e assinam termo de ciência após a leitura.

O Código de Ética é revisado de dois em dois anos e passou por uma revisão em 2025, tornando-se mais moderno e interativo. As principais atualizações incluem: linguagem mais acessível, em tom coloquial e exemplos práticos para facilitar a compreensão; suporte à decisão, com teste para auxiliar o colaborador a resolver dilemas éticos; inclusão de diretrizes sobre o uso responsável de ferramentas de inteligência artificial, focando na proteção de dados internos e de clientes; uso de QR Codes vinculados a vídeos explicativos sobre os valores do Mercantil.



O Código de ética pode ser acessado aqui:

<https://bancomercantil.com.br/PolíticasInstitucionais/Paginas/home.aspx>





CULTURA DE INTEGRIDADE E TREINAMENTO

O programa de conscientização foi fortalecido nos últimos anos com a realização da Semana da Ética e da Semana da LGPD.

Em 2025, continuamos a dar importantes passos na jornada de melhoria contínua do Programa de Integridade. Para cada público, uma abordagem: contamos com uma trilha de seis cursos obrigatórios na Plataforma de Treinamentos a Distância do Mercantil, somados a iniciativas de aproximação com a liderança e novos colaboradores, como o Café com Diretor e o *Onboarding* de colaboradores.

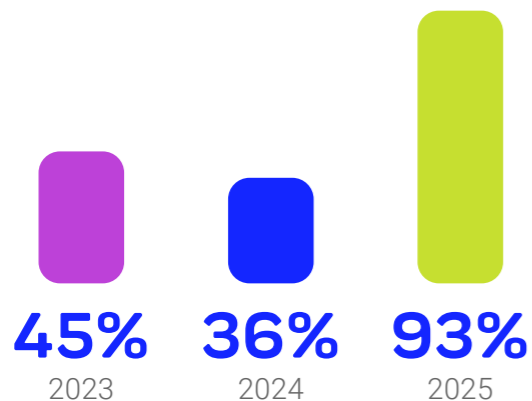
Além disso, foi lançada a Política de Brindes, Presentes e Entretenimento, que utiliza um fluxo interativo para o cadastro e análise de potenciais conflitos de interesse.

POLÍTICA DE PREVENÇÃO À CORRUPÇÃO

+ GRI 3-3: ANTICORRUPÇÃO; 2-23, 2-24, 205-2

O documento busca evitar casos de corrupção, fraudes e prejuízos à administração pública, em conformidade com a legislação e as melhores práticas do mercado. Seu principal mecanismo é o treinamento de prevenção à corrupção, realizado de forma on-line e obrigatória. O instrumento reforça os valores éticos da instituição no enfrentamento de condutas lesivas ao setor público. Em 2025, 3.495 colaboradores participaram da capacitação, o que representa 93% do quadro total.

PERCENTUAL DE COLABORADORES TREINADOS POR ANO



PREVENÇÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO E FINANCIAMENTO AO TERRORISMO

O Banco Mercantil mantém um Programa de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo, com diretrizes voltadas a impedir o envolvimento da instituição em atividades ilícitas.

O programa tem políticas, normas e controles, definidos conforme o perfil de risco da instituição, de seus clientes, produtos, serviços e operações. Também contempla mecanismos e procedimentos preventivos alinhados à legislação em vigor.

PREVENÇÃO A ILÍCITOS E TECNOLOGIA

Para enfrentar os desafios de 2025, como o aumento de “contas laranjas” detectadas no setor bancário de modo geral, além do avanço do mercado de apostas, o Banco implementou:

+ **Monitoramento de “bets”:** acompanhamento de movimentações financeiras relacionadas a apostas para cumprir exigências da Secretaria de Prêmios e Apostas.

+ **Hub de PLD e fraude:** grupo de trabalho que integra especialistas em Prevenção à Lavagem de Dinheiro (PLD) e analistas de dados para identificar perfis de fraudadores em tempo real.

16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES





RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS

+ GRI 2-29

O Mercantil disponibiliza canais dedicados ao diálogo com clientes, usuários e demais públicos, como SAC, Ouvidoria*, site institucional, redes sociais e site de Relações com Investidores.

Além disso, realiza periodicamente pesquisas de satisfação com clientes e colaboradores, com o objetivo de aprimorar continuamente os canais de atendimento.

*Mais informações sobre a atuação da Ouvidoria estão disponíveis no capítulo "Relação com o Cliente"

PARTES INTERESSADAS **MERCANTIL**

- + Clientes
- + Colaboradores
- + Fornecedores, prestadores de serviço e parceiros
- + Concorrentes, mercado, investidores e acionistas
- + Governo, órgãos reguladores, órgãos de defesa do Consumidor, entidades de Classe e imprensa
- + Comunidades e meio ambiente

CANAL DE DENÚNCIA

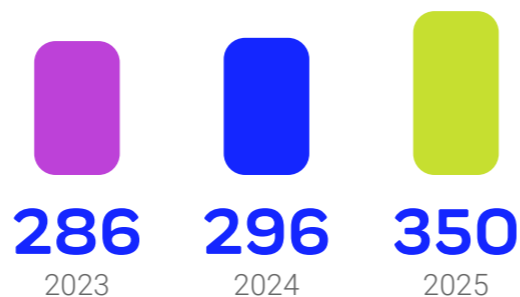
+ GRI 2-26, 2-29

Possibilita o registro de irregularidades 24 horas por dia, com garantia de sigilo e anonimato assegurados por empresa independente. As manifestações são encaminhadas ao Comitê de Condutas Éticas, responsável pelas apurações e medidas cabíveis conforme cada caso. O descumprimento das diretrizes do Mercantil pode acarretar penalidades disciplinares aos colaboradores, além de medidas contratuais, cíveis e criminais, conforme o caso.

As informações obtidas pelo Canal de Denúncias também orientam ações internas, como treinamentos e iniciativas de comunicação relacionadas às políticas e aos princípios do Código de Ética. Em 2025, foi elaborado um plano de comunicação interno, com o objetivo de fortalecer o canal de denúncias, promovendo uma cultura de transparência e integridade, em que cada colaborador se sinta protagonista na preservação dos valores éticos do Banco Mercantil.

Do total de relatos recebidos em 2025, por meio do canal oficial do Banco, 26% foram classificados procedentes após apuração, o que resultou na aplicação de medidas disciplinares pertinentes, que variaram de *feedback* ao desligamento, reforçando o compromisso da instituição com a tolerância zero a desvios de conduta.

REGISTROS DE DENÚNCIAS



CONTATOS DO CANAL DE DENÚNCIA

0800 601 8653 (atendimento terceirizado)

www.contatoseguro.com.br/bancomercantil

Aplicativo Contato Seguro





SUBCOMITÊ DE INVESTIGAÇÕES CORPORATIVAS

+ GRI 3-3: CONDUTA ÉTICA E TRANSPARENTE

Órgão multidisciplinar, com caráter consultivo e deliberativo, que apoia o Comitê de Condutas Éticas na apuração de casos com indícios de descumprimento do Código de Ética, como situações de assédio moral e sexual, discriminação e outras ocorrências graves.

POLÍTICA DE RELACIONAMENTO **COM CLIENTES E USUÁRIOS**

Aplicável a colaboradores e prestadores de serviços, a política é fundamentada nos valores e no Código de Ética. Reúne diretrizes, princípios e objetivos que orientam a relação com clientes e usuários.

A gestão desse relacionamento considera aspectos como cultura organizacional, administração dos canais de atendimento, adequação de produtos e serviços, atenção a públicos vulneráveis, capacitação das equipes, além de programas de incentivo e de gestão de consequências.

POLÍTICA DE GESTÃO DE **CONSEQUÊNCIAS**

Estabelece os critérios para cumprir os padrões de conduta e monitorar desvios, além das medidas disciplinares aplicáveis em caso de violação das normas pelos colaboradores.

PRIVACIDADE DO CLIENTE

+ GRI 3-3: CONDUTA ÉTICA E TRANSPARENTE; GESTÃO DE RISCOS; RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

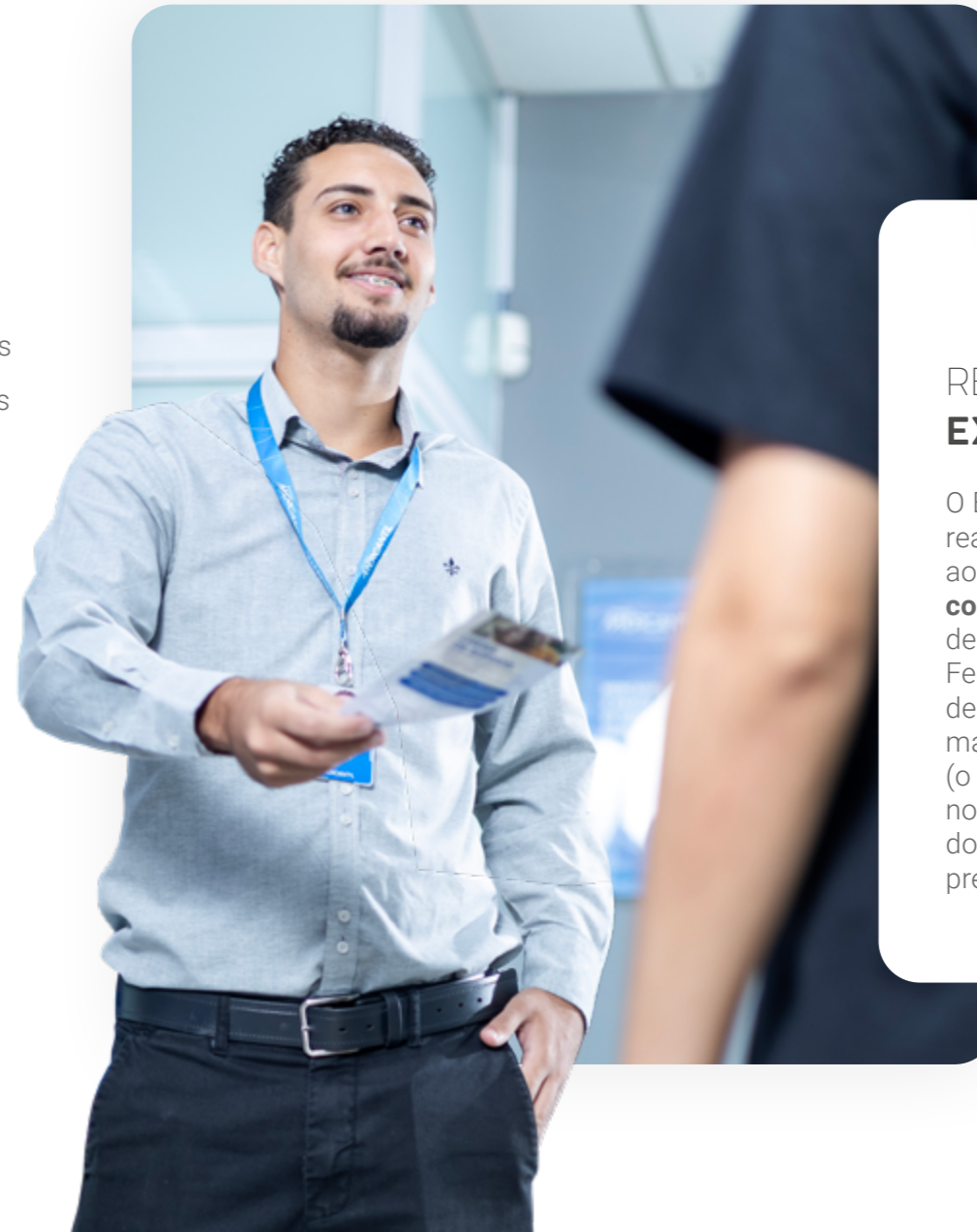
A gestão de privacidade e proteção de dados do Banco Mercantil é conduzida de forma contínua, com foco na evolução constante e no alinhamento às estratégias do negócio e a novos riscos. O Data Protection Officer (DPO), indicado pelo Conselho, atua com o apoio do Escritório de Privacidade, composto por profissionais das seguintes áreas: Compliance, Jurídico, Governança de Dados e Segurança da Informação.

O Programa de Privacidade e Proteção de Dados está em conformidade com a LGPD e com a crescente demanda pelo uso responsável de informações. Entre suas principais frentes estão:

- + Controles internos
- + Práticas de governança

- + Mapeamento de dados
- + Atendimento aos direitos dos titulares
- + Relacionamento com órgãos reguladores
- + Segurança da informação
- + Comunicação
- + Treinamento

Em janeiro de 2025, foi realizada a semana de capacitação sobre LGPD e descarte adequado de documentos físicos, reforçando a importância da segurança da informação e das boas práticas. Novas edições foram realizadas ao longo do ano, contribuindo para a mitigação de riscos e para um ambiente de trabalho mais seguro. Ao todo, 3.718 (97%) colaboradores foram alcançados.



RECONHECIMENTO EXTERNO

O Banco Mercantil reafirmou sua excelência ao atingir **100% de conformidade** na auditoria de autorregulação da Federação Brasileira de Bancos (Febraban), mantendo-se no **“Grupo 1”** (o topo do ranking nacional) nos eixos socioambiental, do consumidor e de prevenção a ilícitos.



Relação com o Cliente

RELAÇÃO COM O CLIENTE

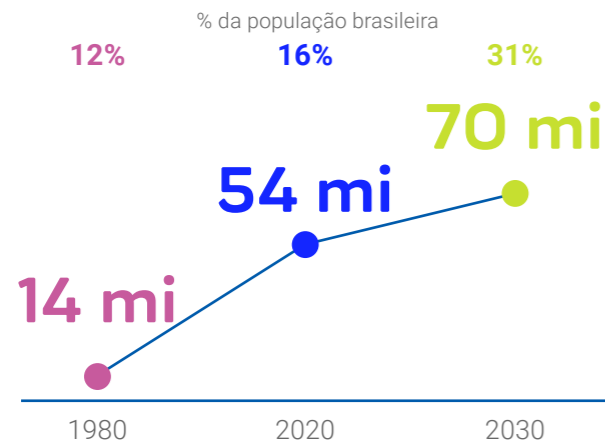
TEMA MATERIAL



+ GRI 3-3 : RELAÇÃO COM O CLIENTE

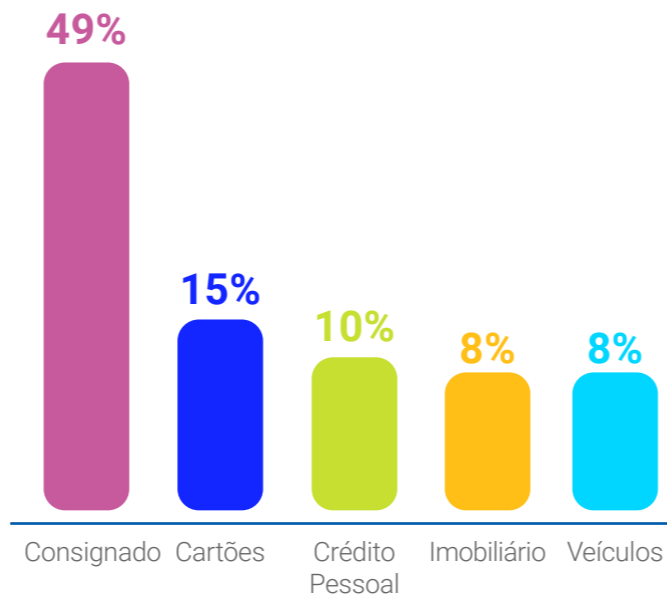
O Mercantil direcionou seu foco à geração prateada, público 50+, ao reconhecer que essa parcela da população tem sido pouco atendida por diversos setores do mercado. Em expansão no Brasil e no mundo, em razão de transformações demográficas, esse segmento apresenta demanda crescente por serviços financeiros que combinem segurança e atendimento humanizado. O Banco responde a essa necessidade ao integrar digitalização e proximidade proporcionada por sua rede física de atendimento.

PROJEÇÃO POPULAÇÃO 50+ NO BRASIL



Fontes: IBGE

PRODUTOS SELECIONADOS PELOS CLIENTES 50+



95%

DO PÚBLICO 50+
É BANCARIZADO

71%

SÃO
BENEFICIÁRIOS

Fontes: Bain&Co



ESTRATÉGIAS PARA A COMPREENSÃO DO PÚBLICO 50+

O Banco Mercantil utiliza uma série de estratégias para aprofundar seu conhecimento sobre o público 50+, combinando análise de dados avançada, presença física estratégica e escuta ativa. O objetivo central é conseguir desenvolver soluções que se adaptem, cada vez mais, à realidade dos clientes e não o contrário. Ao mesmo tempo que contribuem para a definição de estratégias comerciais, essas informações ajudam o Mercantil a conhecer e aprimorar a gestão de temas materiais relacionados a seus impactos sociais, como a educação financeira e o crédito responsável.

Principais estratégias utilizadas:

- + Inteligência artificial e ciência de dados:** utilização de modelos de IA que cruzam milhares de variáveis para oferecer o produto certo no momento ideal.
- + WhatsApp como interface personalizada:** o canal foi adaptado para entender gírias regionais e variações linguísticas, evitando termos técnicos. Isso permite a coleta natural de informações por um canal que faz parte da rotina dos clientes.
- + Pesquisas de mercado e satisfação:** a instituição utiliza estudos específicos, como a pesquisa realizada pelo Boston Consulting Group, BCG, no ano de 2025, para mapear as metas e preocupações do público 50+.

PRIORIDADES NO LONGO PRAZO E INSEGURANÇAS DO PÚBLICO SÊNIOR*:



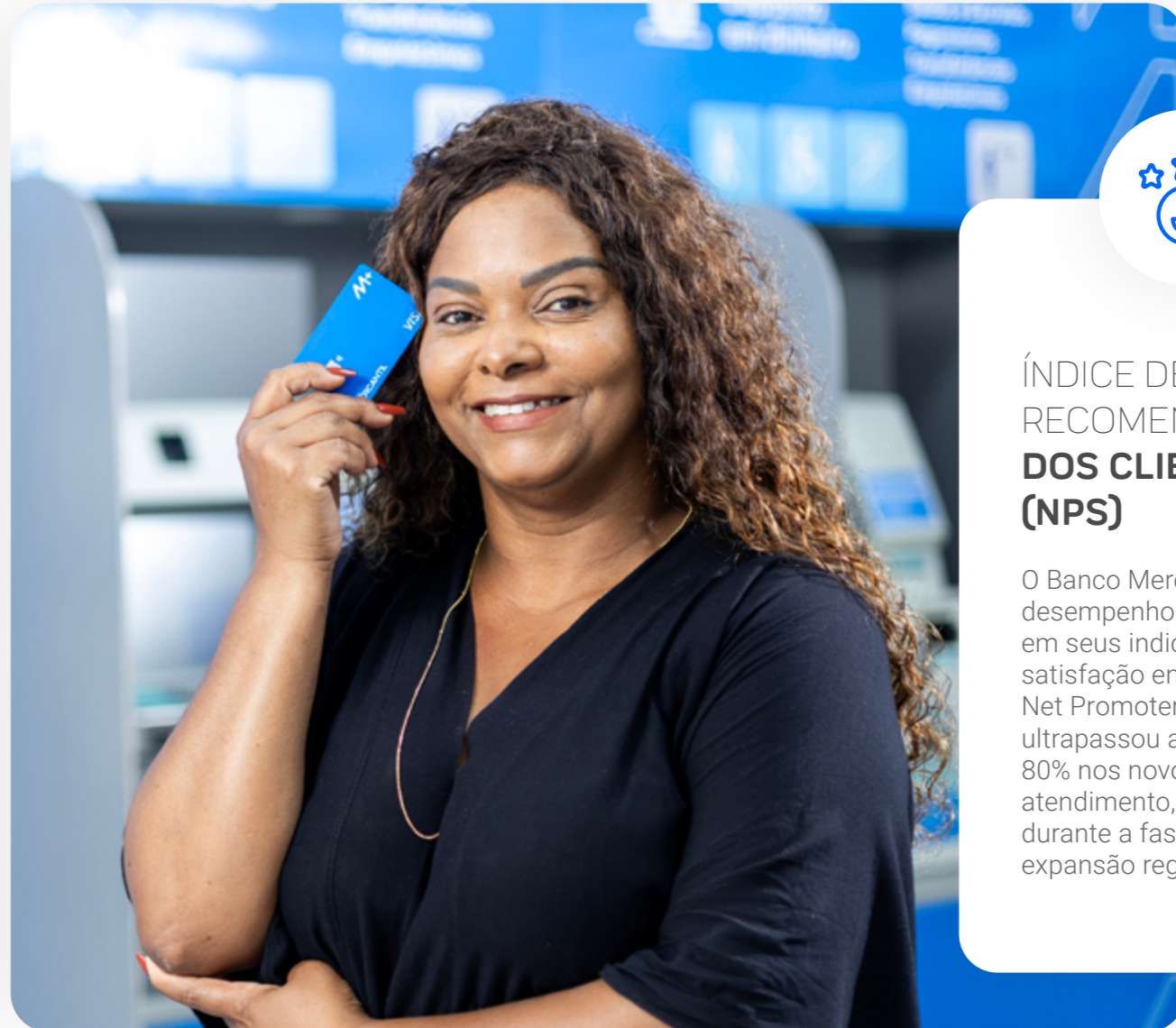
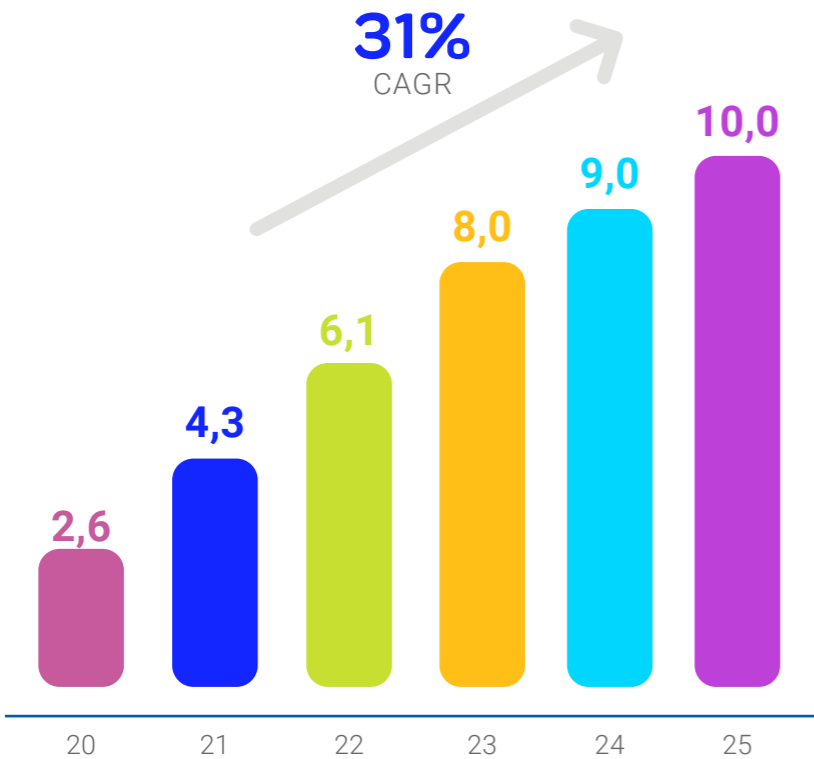
*Pesquisa: Instituições financeiras pessoa física 50+ de 2025

OBJETIVOS PARA OS PRÓXIMOS 12 MESES

Estes pontos detalham as metas de curto prazo e a gestão financeira imediata:



EVOLUÇÃO DA BASE DE CLIENTES (EM MILHÕES)



ÍNDICE DE RECOMENDAÇÃO DOS CLIENTES (NPS)

O Banco Mercantil registrou desempenho superior em seus indicadores de satisfação em 2025. O Net Promoter Score (NPS) ultrapassou a marca de 80% nos novos pontos de atendimento, inaugurados durante a fase de expansão regional.

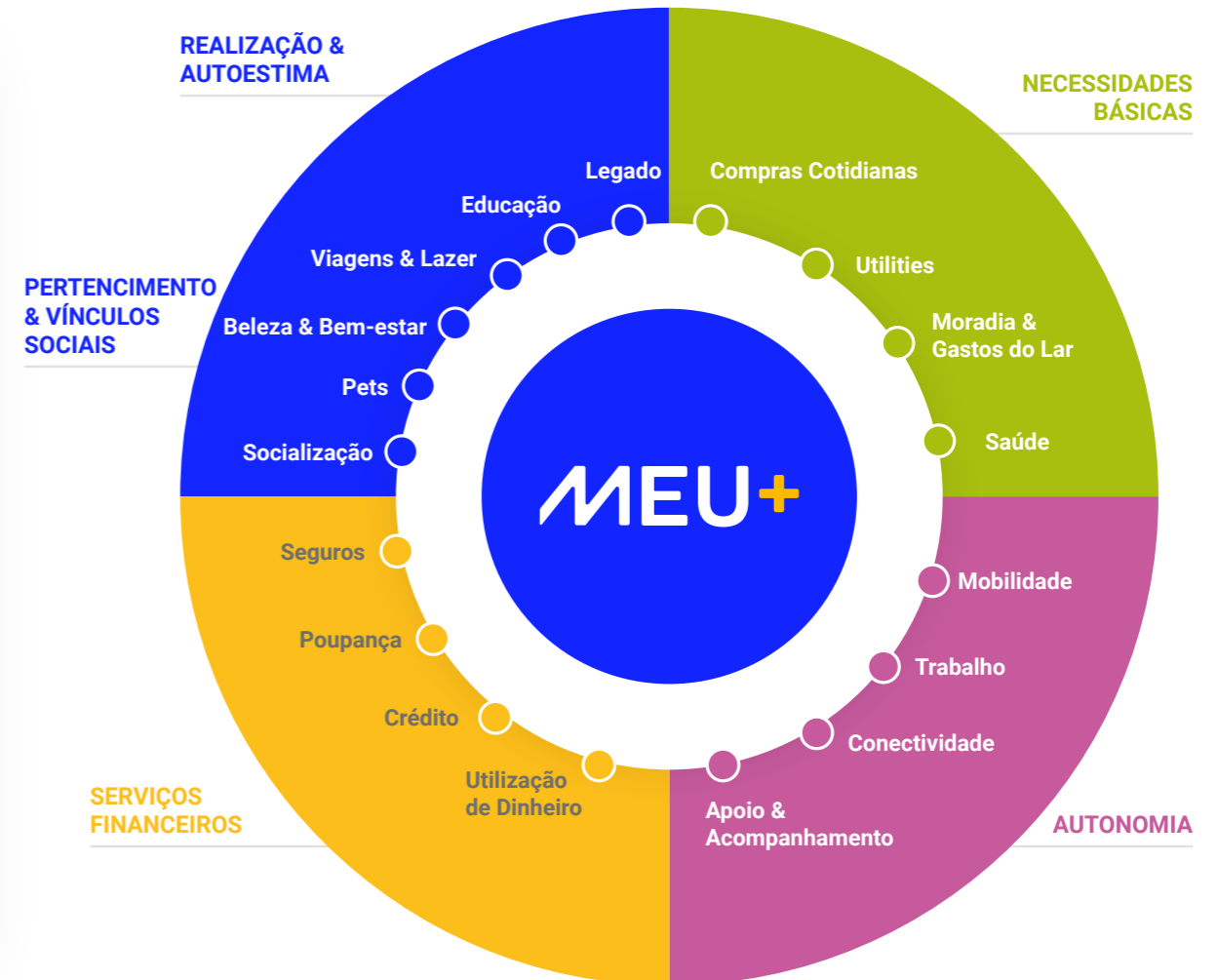
FORTALECIMENTO DE SERVIÇOS NÃO FINANCEIROS

No ecossistema do Banco Mercantil, o **Meu+** é um programa de relacionamento e vantagens desenvolvido especificamente para o público 50+ e beneficiários do INSS. Ele funciona como um clube de benefícios que vai além dos serviços bancários tradicionais, buscando agregar valor ao dia a dia do cliente. Em 2025, o Meu+ superou mais de 5,7 milhões de assistências ativas.



OS PRINCIPAIS PILARES DO PROGRAMA INCLUEM:

- + Descontos exclusivos:** parcerias com redes de farmácias, drogarias e lojas de departamento, garantindo preços reduzidos em itens de saúde e consumo.
- + Assistências especializadas:** acesso a serviços que aumentam a conveniência, como assistência residencial (chaveiro, encanador) ou suporte tecnológico.
- + Experiência personalizada:** o programa é integrado ao aplicativo e aos canais de atendimento, facilitando o uso por um público que valoriza a simplicidade e a segurança digital.
- + Fidelização:** serve como ferramenta estratégica para aumentar o engajamento do cliente com o Banco, transformando a conta de recebimento de benefício em uma relação de consumo mais completa.



AMBIENTE *OMNICHANNEL*

+ GRI 2-29

O Banco Mercantil consolida sua estratégia *omnichannel* ao integrar canais físicos e digitais em um ecossistema que garante uma jornada única, simples e humanizada ao cliente. Os canais disponíveis são:

- + Pontos de atendimento presencial
- + WhatsApp
- + Redes sociais
- + Website
- + App Mercantil
- + Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC)
- + Ouvidoria



SOLUÇÕES FINANCEIRAS

+ GRI 2-6

O portfólio do Banco oferece soluções diversificadas e alinhadas às necessidades dos clientes, agrupadas em três categorias: crédito, seguros e investimentos.



CRÉDITO

- + Empréstimo consignado INSS
- + Empréstimo consignado Privado
- + Cartão consignado
- + Antecipação saque-aniversário do FGTS
- + Empréstimo pessoal



SEGUROS E ASSISTÊNCIAS

- + Saúde
- + Vida e acidentes pessoais
- + Residência
- + Automóveis
- + Cartões
- + Prestamista (quitação de dívidas)



INVESTIMENTOS

- + CDBs
- + Fundos de investimento
- + Letras financeiras
- + Poupança
- + Previdência privada





ATUAÇÃO ESTRATÉGICA DA OUVIDORIA

+ GRI 2-25, 2-26, 2-29

O Banco Mercantil dispõe de uma estrutura de Ouvidoria dedicada a solucionar as demandas dos usuários com agilidade, resolutividade e empatia. A instituição prioriza a mediação de conflitos para prevenir perdas financeiras e o acionamento do Judiciário, privilegiando o entendimento mútuo por meio do canal direto.

GESTÃO DOS DADOS COLETADOS

A Ouvidoria utiliza o fluxo de reclamações para mapear recorrências e comportamentos, servindo como base para o aperfeiçoamento de itens do portfólio e fluxos internos de trabalho. Cada registro passa por triagem e análise técnica para compreender as origens e os reflexos de cada incidente.

As ocorrências são direcionadas às gerências pertinentes e monitoradas até o encerramento, garantindo que o consumidor receba um posicionamento sobre as providências tomadas. Além disso, esses diagnósticos são reportados periodicamente à cúpula diretiva, reforçando os pilares de governança e clareza institucional.

METAS DE DESEMPENHO E EFICÁCIA

Os balizadores de eficiência da Ouvidoria têm como objetivos:

- + Garantir o pleno acolhimento de clientes e usuários, assegurando que as demandas do público, de autoridades regulatórias e de entidades de proteção ao consumidor recebam desfechos conclusivos.
- + Zelar pela conformidade com normas e leis, documentando falhas identificadas para orientar o desenvolvimento das operações.
- + Fixar parâmetros de evolução para o cumprimento da missão organizacional do setor.
- + Estipular padrões de excelência no suporte e produzir inteligência estatística para subsidiar as decisões da alta gestão.
- + Oferecer transparência para que as unidades de negócio acompanhem sua própria performance, baseando-se no volume de críticas registradas por clientes e órgãos fiscalizadores.
- + Sinalizar pontos de vulnerabilidade no atendimento e sugerir ações corretivas ou de evolução contínua.

TOTAL DE MANIFESTAÇÕES RECEBIDAS*

61.572	89.813	112.286
2023	2024	2025

OUVIDORIA

	2023	2024	2025
Registros	30.420	37.000	36.161
Tempo médio de resposta	3,9 dias úteis	3,9 dias úteis	3,8 dias úteis

BACEN

	2023	2024	2025
Registradas	7.606	15.273	16.448
Tempo médio de resposta	2,4 dias úteis	4,2 dias úteis	6,5 dias úteis

CONSUMIDOR.GOV

	2023	2024	2025
Registros	3.304	4.785	12.989
Tempo médio de resposta	5,4 dias corridos	6,9 dias corridos	6,5 dias corridos

CANAL DE OUVIDORIA E BACEN

	2023	2024	2025
Satisfação com a Solução (Nota 1 a 5)	4,53	4,20	3,93
Satisfação com o Atendimento (Nota 1 a 5)	4,30	4,50	4,22

ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR

	2023	2024	2025
Registros	20.242	32.755	46.688
Tempo médio de resposta	6,4 dias corridos	7,6 dias corridos	7,9 dias corridos

O aumento observado no volume total de registros entre 2023 e 2025 reflete, primordialmente, a expansão da base de clientes do Banco Mercantil e o fortalecimento do ecossistema de atendimento, mantendo a correlação natural entre volume de transações e interações de suporte. Apesar do maior volume, a instituição mantém índices elevados de satisfação com o atendimento, o que reafirma a capacidade de acolhimento e o foco constante na experiência do cliente, mesmo diante de um cenário de maior demanda operacional.



CONTATO COM A OUVIDORIA

0800 7070 384



INCLUSÃO FINANCEIRA

+ GRI 2-29

O Banco Mercantil direciona sua atuação a pessoas físicas, com prioridade para beneficiários do INSS e clientes com mais de 50 anos das classes C, D e E – segmento que, com frequência, encontra barreiras de acesso no sistema bancário tradicional. Nesse contexto, a instituição busca ampliar o acesso a serviços financeiros e favorecer a inclusão desse público. Para isso, combina investimentos em tecnologia com uma rede de atendimento presencial, na qual equipes capacitadas oferecem suporte humanizado para atendimento e esclarecimento de dúvidas.

CLASSES SOCIOECONÔMICAS

O “Critério de Classificação Econômica Brasil” (Critério Brasil) foi estabelecido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), em 2015, e passa por revisões regulares. Esse sistema organiza os núcleos familiares em categorias fundamentadas em seu poder de compra de longo prazo. A classificação não usa apenas a renda, mas a posse de bens e escolaridade para definir o poder de compra. Os valores de renda abaixo são as médias estimadas para cada estrato:

Classe Econômica	Renda Média Estimada (Mensal)
Classe A	Acima de R\$ 28.331,26
Classe B1	R\$ 13.636,18
Classe B2	R\$ 7.874,72
Classe C1	R\$ 4.526,88
Classe C2	R\$ 2.648,30
Classe D-E	R\$ 1.177,55

Fontes: <https://abep.org/criterio-brasil/>



ATENDIMENTO ÉTICO E PERSONALIZADO

+ GRI 3-3: SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE; 416-1

+ Classificação de clientes vulneráveis:

a partir das características do cliente, o Banco classifica seu *score* de vulnerabilidade entre alto, médio ou baixo, indicando sua capacidade de compreensão para tomada de decisão.

+ Abordagem personalizada:

o atendimento é ajustado para respeitar o perfil do cliente, com foco nas suas necessidades.

+ Treinamento e certificação:

colaboradores recebem treinamento com certificação *Suitability* para oferecer soluções financeiras alinhadas aos objetivos e momento de vida dos clientes.

+ Respeito ao perfil do cliente:

o cumprimento de metas não deve comprometer a avaliação das necessidades reais do cliente.



EDUCAÇÃO DIGITAL

O Banco Mercantil foca em transformar a tecnologia em uma ferramenta de inclusão, removendo barreiras para o público 50+ que ainda possui resistências ou dificuldades com interfaces complexas.

+ WhatsApp como interface principal: o Banco utiliza inteligência artificial generativa para aprimorar o atendimento via WhatsApp. Atualmente, 39% da originação de crédito já ocorre por esse canal.

+ Meu+ Tecnologia: assistência voltada para suporte prático, auxiliando o cliente na configuração do celular, instalação de aplicativos e uso de redes sociais.

+ Capacitação em ferramentas práticas: busca ensinar o público sênior a utilizar ferramentas essenciais para a autonomia cotidiana, como o próprio WhatsApp, reduzindo a necessidade de deslocamento até a loja física para dúvidas simples.

+ Hubs de experiência: as agências físicas funcionam como locais onde o cliente pode experimentar e aprender sobre as tecnologias oferecidas pelo Banco em um ambiente seguro.



EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O Banco desenvolve conteúdos que visam à bancarização e à organização financeira de clientes das classes C, D e E, muitas vezes negligenciados pelo mercado.

+ Plataforma Meu Bolso em Dia: em parceria com a Febraban, o Banco disponibiliza conteúdos educativos, cursos gratuitos e ferramentas interativas que auxiliam no uso responsável do crédito e na organização das finanças pessoais.

+ Meu+ Educação: parte do ecossistema de assistências, oferece acesso ilimitado a cursos e orientações focadas em planejamento financeiro, aprendizado de novas atividades e geração de renda extra.

+ Conteúdo multicanal e acessível:

- **YouTube:** vídeos curtos com linguagem simplificada sobre aposentadoria e segurança financeira.
- **Materiais educativos:** disponibilização de planilhas de gestão, artigos e testes de conhecimento no site institucional e no aplicativo.
- **Portal Viva:** em parceria com a Agência Estado, o portal oferece curadoria de notícias e jornalismo de qualidade focado nas necessidades e no planejamento da geração prateada.



Desempenho Econômico

DESEMPENHO ECONÔMICO



LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE:

R\$ 1 BILHÃO

(CRESCIMENTO DE 34% EM RELAÇÃO A 2024)



LUCRO LÍQUIDO CONTÁBIL:

R\$ 753,3 MILHÕES

(IMPACTADO POR TRANSAÇÃO TRIBUTÁRIA ESTRATÉGICA)



RETORNO SOBRE O PATRIMÔNIO LÍQUIDO
(ROAE) RECORRENTE:

43,5%



BASE DE CLIENTES:

10 MILHÕES

MARCA HISTÓRICA DE CLIENTES



CARTEIRA DE CRÉDITO:

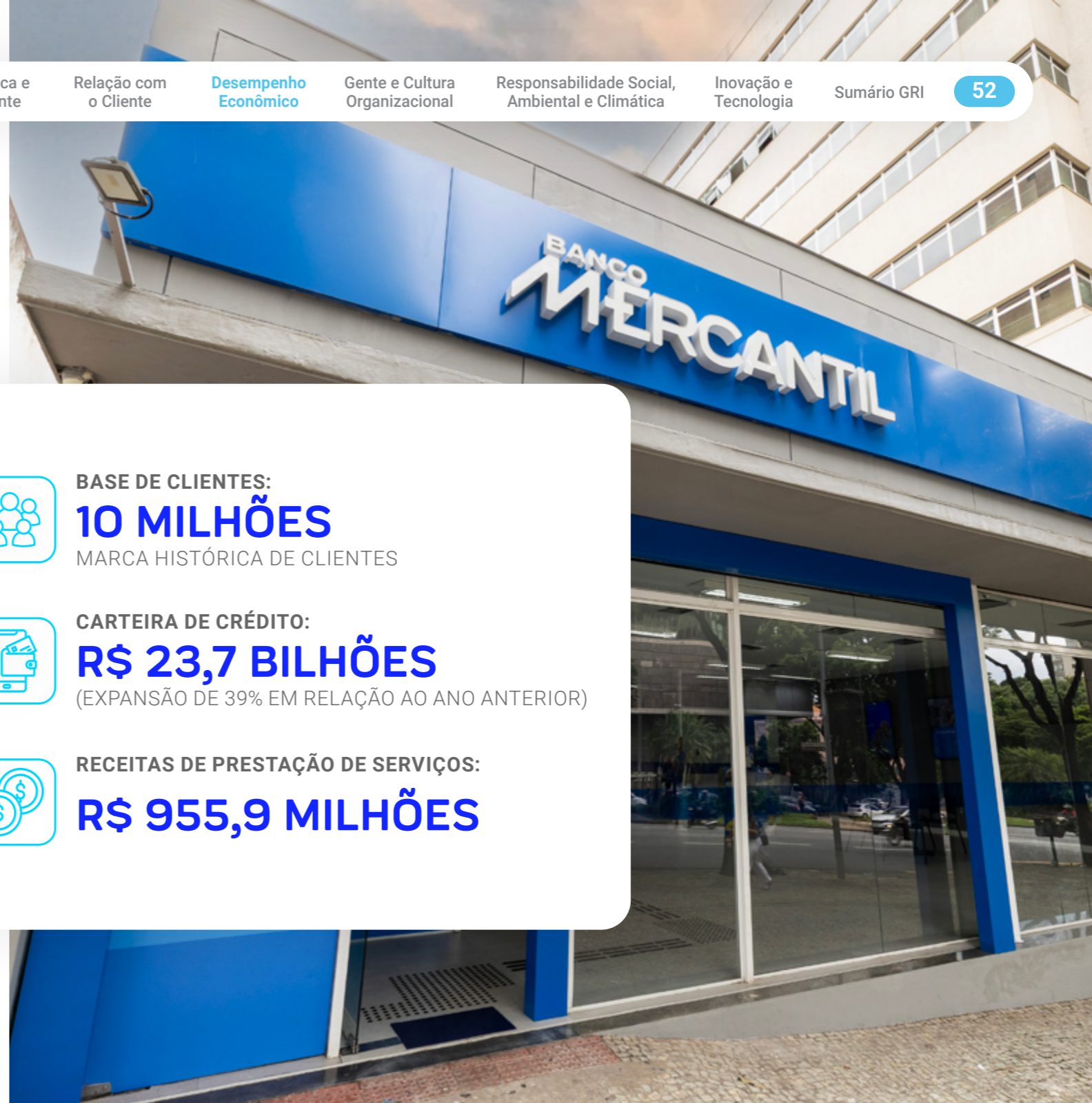
R\$ 23,7 BILHÕES

(EXPANSÃO DE 39% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR)



RECEITAS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:

R\$ 955,9 MILHÕES



CLASSIFICAÇÃO DE RISCOS - RATINGS

S&P GLOBAL
RATINGS

AA-

Perspectiva
estável

FITCH
RATINGS

AA-

Perspectiva
positiva

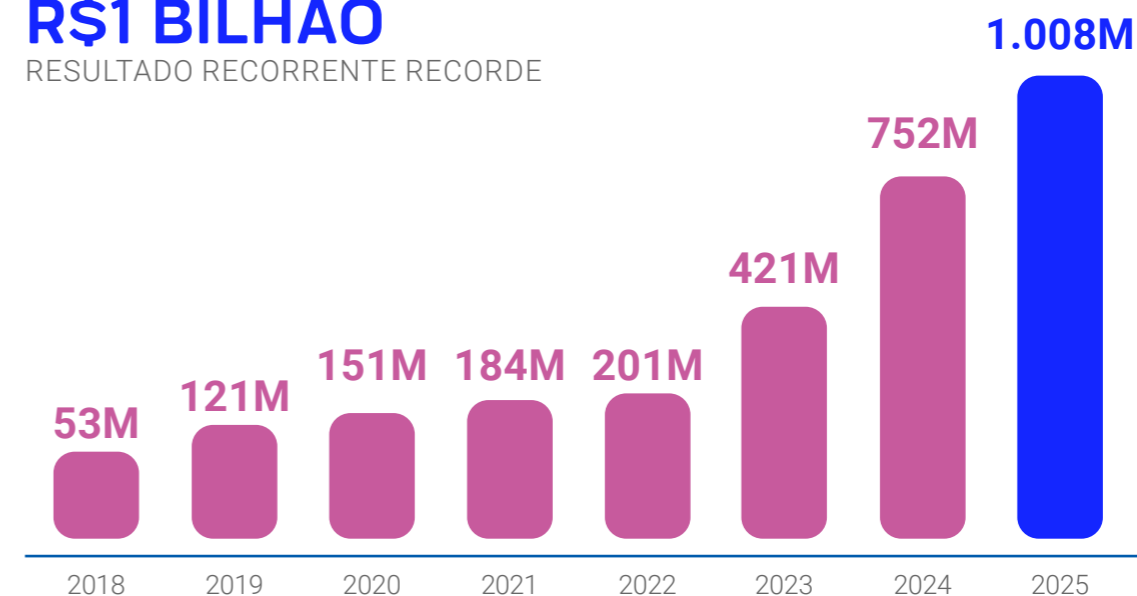


Em dezembro de 2025, o Mercantil realizou uma transação tributária individual com a Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e a Receita Federal, resolvendo 96% de suas contingências tributárias. A operação gerou um ativo fiscal do qual R\$ 477,8 milhões foram absorvidos no próprio exercício de 2025.

EVOLUÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

R\$1 BILHÃO

RESULTADO RECORRENTE RECORDE



Transparência: trimestralmente, o Mercantil publica relatórios financeiros destinados a acionistas, investidores, analistas de mercado e interessados. Os reportes fornecem indicadores sobre a evolução do negócio com informações detalhadas disponíveis no site de Relações com Investidores (<https://ri.bancomercantil.com.br/>).

CENÁRIO ECONÔMICO

CONTEXTO INTERNACIONAL

O PIB mundial registrou expansão estimada de 3,2%, impulsionado pelo desempenho das economias da China e da Índia, apesar das tensões comerciais e riscos geopolíticos.

CONTEXTO BRASILEIRO

A atividade econômica nacional desacelerou, com o PIB crescendo 2,3%, frente aos 3,4% observados em 2024. Esse desempenho refletiu a manutenção de uma política monetária restritiva ao longo do ano.

INFLAÇÃO E TAXA DE JUROS

O IPCA encerrou o período em 4,26%, demonstrando trajetória de queda em comparação aos 4,83% do ano anterior. No entanto, a taxa básica de juros (Selic) foi elevada gradativamente para combater as pressões inflacionárias, atingindo 15% ao ano.



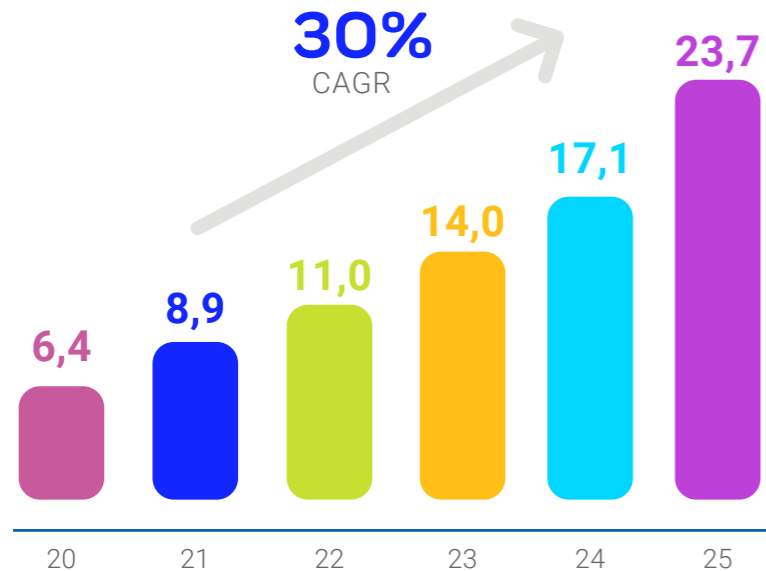
PANORAMA DE RESULTADOS DO BANCO MERCANTIL

QUALIDADE E ORIGINAÇÃO DE CRÉDITO

O Banco manteve sua estratégia focada em produtos colateralizados (Consignado e Saque Aniversário FGTS), que representaram 82% da carteira total. A originação de crédito no ano foi recorde, totalizando R\$ 17,5 bilhões.

CARTEIRA DE CRÉDITO

R\$ BILHÕES

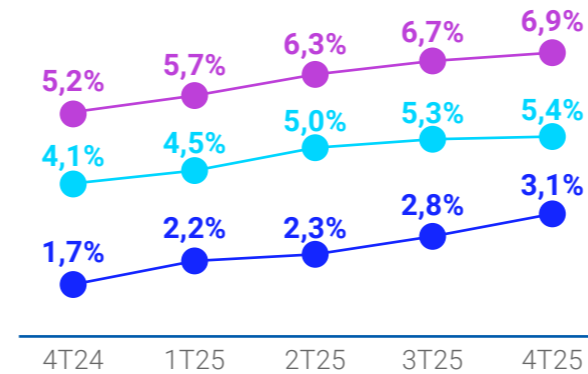


CAGR= taxa de crescimento anual composta

INADIMPLÊNCIA

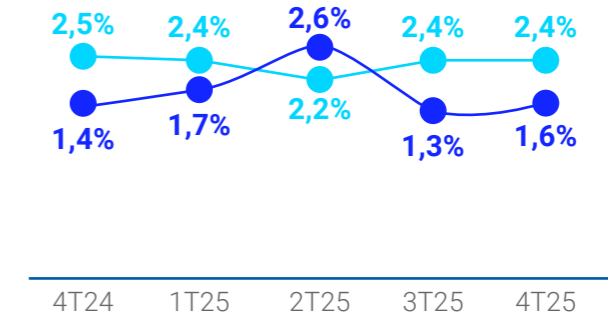
O índice (over 90 dias) posicionou-se em 3,1%, mantendo-se significativamente abaixo da média do Sistema Financeiro Nacional (recursos livres pessoa física), que registrou 6,9% no mesmo período.

INADIMPLÊNCIA OVER 90 (%)



- Mercantil
- SFN - Recursos Livres
- SFN PF - Recursos Livres

INADIMPLÊNCIA OVER 15-90 (%)



- Mercantil
- SFN - Recursos Livres

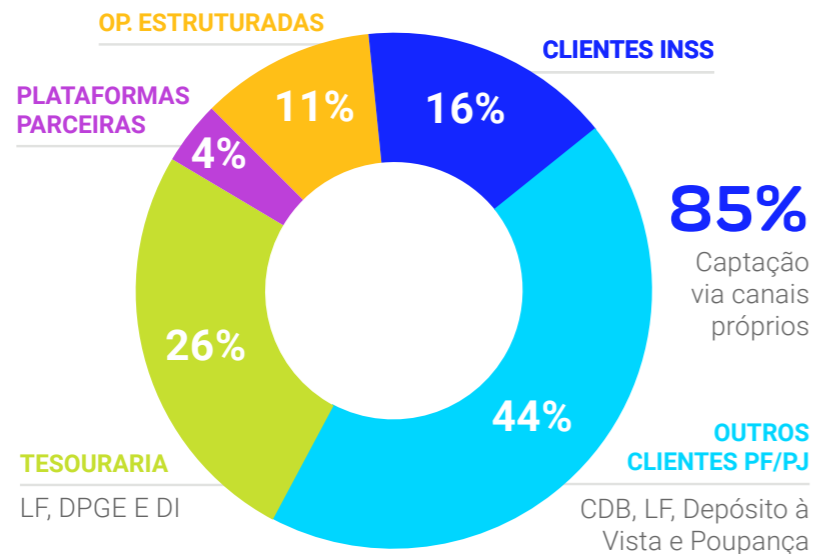
ESTRUTURA DE CAPITAL E EFICIÊNCIA

+ Basileia: o índice encerrou o ano em 13,5% (contábil). Após a homologação do Aumento de Capital de R\$ 498,5 milhões realizado em fevereiro de 2026, o índice ajustado de Basileia recompõe-se para 16,2%.

+ Funding: o saldo total alcançou R\$ 30,5 bilhões, com 85% das captações realizadas via canais próprios e um custo competitivo de 100,3% do CDI.

ESTRUTURA SÓLIDA DE CAPTAÇÃO VIA CANAIS PRÓPRIOS

FONTES DE FUNDING



EFICIÊNCIA DIGITAL

A digitalização consolidou-se como o motor do crescimento, com 82% dos novos contratos sendo originados via App e WhatsApp.

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO (*)

+ GRI 201-1

	2023	2024	2025
Valor econômico direto gerado (R\$ mil)	1.415.457	2.070.714	2.120.697
Valor econômico distribuído (R\$ mil)	1.123.663	1.532.515	1.532.341
Pessoal (salários e benefícios dos empregados)	483.970	588.519	715.945
Remuneração de Capitais de Terceiros (aluguéis)	104.960	95.051	3.072
Dividendos/Juros sobre o Capital Próprio aos acionistas (pagos, deliberados e/ou provisionados)	130.000	219.420	185.029
Contribuição ao Governo (Impostos, Taxas e Contribuições federais, estaduais e municipais)	404.733	629.525	628.295
Valor econômico retido (R\$ mil)	291.794	538.199	588.356

(*) As informações foram extraídas da Demonstração Consolidada do Valor Adicionado (DVA - BRGAAP)



Gente e Cultura Organizacional

5 IGUALDADE
DE GÊNERO8 TRABALHO DECENTE
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO10 REDUÇÃO DAS
DESIGUALDADES

GENTE E CULTURA ORGANIZACIONAL

TEMA MATERIAL

+ GRI 3-3: GENTE E CULTURA ORGANIZACIONAL

Gente é o que move a gente. O Banco Mercantil consolidou, em 2025, sua trajetória de transformação cultural, mantendo o compromisso de colocar as pessoas no centro da estratégia do negócio.

A instituição foi reconhecida novamente como uma das Melhores Empresas para Trabalhar, ocupando a 61ª posição no ranking nacional do *Great Place To Work* (GPTW). Mais do que uma certificação, o resultado reflete a capacidade de atrair e desenvolver talentos que compartilham a identidade e os valores da organização. Esse resultado, além de contribuir para a manutenção do bom ambiente de trabalho, contribui para o atendimento humanizado que o Mercantil espera que seus colaboradores ofereçam aos clientes do Banco.

CULTURA E ESTRATÉGIA

A gestão de pessoas em 2025 foi marcada pelo fortalecimento do vínculo entre colaboradores e os objetivos estratégicos da instituição.

- + **Identidade e engajamento:** o diferencial competitivo reside no conhecimento e na identidade do time com o ecossistema 50+.
- + **Redução de silos:** a cultura organizacional foca na colaboração interna e na agilidade, permitindo que a equipe responda rapidamente às mudanças de mercado.
- + **Amadurecimento da cultura de risco:** para 2026, o Banco projeta consolidar o conceito de *risk by design*, integrando a percepção de risco naturalmente ao desenho de novos produtos e processos, o que é importante tanto para a instituição quanto para os clientes.



8 TRABALHO DECENTE
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO

SAÚDE MENTAL E BEM-ESTAR

+ GRI 403-6

O Mercantil recebeu o selo nacional de destaque em Saúde Mental, concedido a apenas 10 empresas entre as 175 avaliadas pelo GPTW.

Além da infraestrutura moderna da sede em Belo Horizonte, focada em ergonomia, o Banco mantém programas de apoio psicológico e ações para o equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Essas iniciativas estão listadas neste capítulo em “Benefícios”.

MARCA EMPREGADORA

A expansão da rede de atendimento para novos municípios trouxe o desafio de contratação em um cenário de pleno emprego no país. O aumento do número de agências exigiu que o Banco reforçasse sua marca empregadora em regiões onde anteriormente não tinha presença física.

COLABORADORES PRÓPRIOS

O Mercantil encerrou 2025 com 3.519 colaboradores, sem incluir estagiários.

As mulheres representam 56,78% do quadro total, sendo 1.998 colaboradoras.

DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO E POR REGIÃO

+ GRI 2-7, 405-1

Região	Feminino	Masculino	Total
Centro-Oeste	111	92	203
Nordeste	140	77	217
Sudeste	1.642	1.313	2.955
Sul	105	39	144
Total	1.998	1.521	3.519*

*Em 31/12/2025 e não inclui estagiários

COLABORADORES EM REGIME DE TRABALHO DE 8 HORAS

Região	Feminino	Masculino	Total
Centro-Oeste	20	25	45
Nordeste	29	23	52
Sudeste	422	526	948
Sul	14	10	24
Total	485	584	1.069

COLABORADORES EM REGIME DE TRABALHO DE 6 HORAS

Região	Feminino	Masculino	Total
Centro-Oeste	91	67	158
Nordeste	111	54	165
Sudeste	1.220	787	2.007
Sul	91	29	120
Total	1.513	937	2.450

COLABORADORES QUE NÃO SÃO EMPREGADOS

+ GRI 2-8

Tipo Contrato	Feminino	Masculino	Total
Aprendiz	97	41	138
Diretor	8	28	36
Estagiário	184	107	291
PJ	1	20	21
Total	290	196	486



DIVERSIDADE E EQUIDADE

+ GRI 405-1

O valor *Diferenças somam* é vivido cotidianamente, com avanços significativos na inclusão de diferentes perfis aos colaboradores do Mercantil.

+ Equidade de gênero: em 2025, 59,66% das novas contratações foram de mulheres sendo 997 admissões.

+ Profissionais 50+: 6,37% do público interno pertencem a essa faixa etária, reforçando o alinhamento com o público-alvo do Banco.

+ Oportunidade de melhoria: a participação voluntária no Censo de Diversidade da Febraban foi de 14% dos colaboradores, em 2025, índice que o Banco pretende elevar nos próximos ciclos. Os primeiros resultados serão divulgados pela Febraban ao longo do ano de 2026.

RAÇA

Tipo Funcional	Amarela	Branca	Cafuzo	Indígena	Parda	Preta/Negra	Total Geral
DIRETORIA	0,00%	77,78%	0,00%	0,00%	22,22%	0,00%	100,00%
SUPERINT/GERENTE/CONSULT	0,00%	78,81%	0,00%	0,00%	19,49%	1,69%	100,00%
COORD/SUPERV/ESPEC	2,59%	59,07%	0,00%	0,00%	32,12%	6,22%	100,00%
ADMINISTRATIVO	1,81%	55,43%	0,00%	0,28%	36,07%	6,41%	100,00%
COMERCIAL	1,26%	63,90%	0,00%	0,00%	29,42%	5,42%	100,00%
OPERACIONAL	1,39%	52,38%	0,05%	0,10%	37,40%	8,68%	100,00%
ESTAGIÁRIO	0,69%	58,42%	0,00%	1,03%	28,87%	11,00%	100,00%
Total Geral	1,40%	56,45%	0,03%	0,18%	34,40%	7,54%	100,00%

FAIXA ETÁRIA

Tipo Funcional	Abaixo 30 anos	Entre 30 e 50	Acima de 50	Total Geral
DIRETORIA	0,00%	44,44%	55,56%	100,00%
SUPERINT/GERENTE/CONSULT	5,08%	63,56%	31,36%	100,00%
COORD/SUPERV/ESPEC	6,74%	71,50%	21,76%	100,00%
ADMINISTRATIVO	36,63%	54,87%	8,50%	100,00%
COMERCIAL	46,75%	48,92%	4,33%	100,00%
OPERACIONAL	54,60%	42,51%	2,89%	100,00%
ESTAGIÁRIO	91,41%	6,87%	1,72%	100,00%
Total Geral	48,47%	45,16%	6,37%	100,00%

GÊNERO

Tipo Funcional	Feminino	Masculino	Total Geral
DIRETORIA	22,22%	77,78%	100,00%
SUPERINT/GERENTE/ CONSULT	38,14%	61,86%	100,00%
COORD/SUPERV/ESPEC	37,82%	62,18%	100,00%
ADMINISTRATIVO	49,58%	50,42%	100,00%
COMERCIAL	55,05%	44,95%	100,00%
OPERACIONAL	62,96%	37,04%	100,00%
ESTAGIÁRIO	63,23%	36,77%	100,00%
Total Geral	56,94%	43,06%	100,00%

PESSOA COM DEFICIÊNCIA

Tipo Funcional	Feminino	Masculino	Total Geral
COORD/SUPERV/ESPEC	100,00%	0,00%	100,00%
ADMINISTRATIVO	54,43%	45,57%	100,00%
COMERCIAL	50,00%	50,00%	100,00%
OPERACIONAL	59,09%	40,91%	100,00%
ESTAGIÁRIO	100,00%	0,00%	100,00%
Total Geral	57,31%	42,69%	100,00%

NOVOS COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA E GÊNERO

+ GRI 401-1 A, 405-1

Gênero	Quantidade	Percentual
Feminino	997	59,66%
Masculino	674	40,34%
Total Geral	1.671	100,00%

Faixa Etária	Quantidade	Percentual
Abaixo 30	898	53,74%
Entre 30 e 50	757	45,30%
Acima de 50	16	0,96%
Total Geral	1.671	100,00%

ROTATIVIDADE POR FAIXA ETÁRIA E POR GÊNERO

+ GRI 401-1 B, 405-1

Faixa Etária	Feminino	Masculino	Total Geral
Abaixo 30 Anos	8,04%	7,08%	15,12%
Entre 30 e 50 Anos	7,36%	6,31%	13,67%
Acima 50 Anos	0,31%	0,99%	13,67%
Total Geral	15,71%	14,38%	30,09%

ATRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS

O Mercantil prioriza o aproveitamento interno, estabelecendo a meta de que seus colaboradores sejam a primeira opção para novas posições. Quando há necessidade de recrutamento externo, a seleção é ágil e digital, permitindo o envio de documentos via aplicativo, sem necessidade de papel ou deslocamento.

O feedback aos candidatos também é uma prática central da cultura do Banco. Como reflexo disso, a organização conquistou, pelo quarto ano consecutivo, o Selo Gupy, que reconhece empresas com no mínimo 90% de retorno aos aplicantes.

Complementando essa estratégia de gestão, o Banco adota:

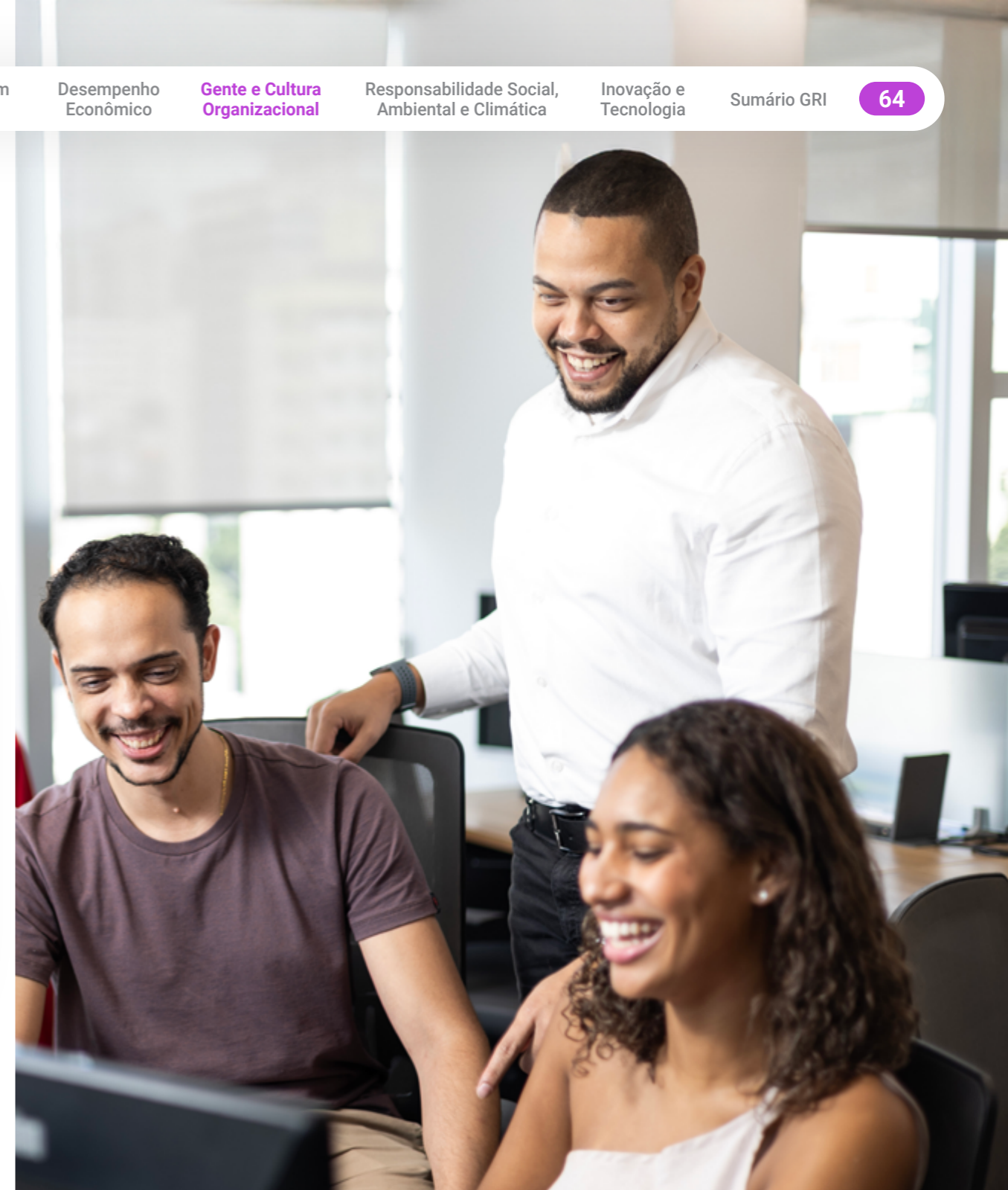
- + **Janela de meritocracia:** iniciativa que revisa a competitividade salarial cruzando dados de performance, potencial e comportamento de forma equânime.
- + **Desenvolvimento individual:** o Banco atingiu 98% de adesão aos Planos de Desenvolvimento Individual (PDI), utilizando a metodologia 70-20-10 (prática, mentoria e educação formal).
- + **Capacitação de lideranças:** foram realizados treinamentos de alta gestão, incluindo cursos com professores de Harvard para 60 líderes.



CICLO DE DESENVOLVIMENTO 2025

O Ciclo de Desenvolvimento do Mercantil é uma ferramenta estratégica para impulsionar a carreira dos colaboradores e o desempenho coletivo. Para os gestores, o processo garante uma análise imparcial do time, permitindo mapear *gaps* de competência e garantir que as entregas estejam em sintonia com os objetivos da empresa. Confira a seguir os percentuais de participação dos colaboradores no ciclo de desenvolvimento:

Grupo	Status	Feminino	Masculino	Total Geral
ADMINISTRATIVO	Realizado	48,73%	51,27%	100,00%
COMERCIAL	Realizado	54,83%	45,17%	100,00%
COORD/SUPERV/ESPEC	Realizado	37,23%	62,77%	100,00%
OPERACIONAL	Realizado	63,26%	36,74%	100,00%
SUPERINT/GERENTE/CONSULT	Realizado	36,94%	63,06%	100,00%
Total Geral		56,17%	43,83%	100,00%



8 TRABALHO DECENTE
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO

PROGRAMAS DE ENTRADA: ESTÁGIO E JOVEM APRENDIZ

O estágio é tratado como o primeiro passo para uma carreira na instituição.

+ **Programa Acelera em ação:** estagiários desenvolvem soluções para o negócio com mentoria de líderes; conquistou o **2º lugar no prêmio nacional da ABRH em 2024.**

+ **Estágio 50+:** lançado em 2025, o programa foca na inclusão de profissionais seniores em início de carreira bancária.

EDUCAÇÃO CONTINUADA **ACADEMIA MERCANTIL**

+ **GRI GRI 404-2**

A plataforma virtual de aprendizagem foi disponibilizada para todas as empresas do grupo.

+ **Engajamento:** foram registradas **314.922** participações em treinamentos no acumulado do ano.

+ **Horas de estudo:** total de **283.700** horas de capacitação, resultando em uma média expressiva de **78,56** horas por colaborador.

REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

A política de remuneração utiliza a metodologia Mercer para garantir competitividade no mercado financeiro. Além do salário base e PLR, o Banco oferece um pacote de benefícios que visa à retenção de talentos e à equidade salarial entre cargos de mesma complexidade.

BENEFÍCIOS

+ GRI 401-2, 403-6, 404-2

MEU BEM-ESTAR

Criado em 2021, o programa oferece apoio confidencial e especializado nas áreas emocional, social e legal, proporcionando aos colaboradores um ambiente de trabalho mais acolhedor e seguro.

BOLSA EDUCACIONAL

O Mercantil ofereceu 160 bolsas sendo 80 para a primeira graduação e 80 para pós-graduação, com reembolso de até 50% da mensalidade. Aproximadamente 94% das bolsas oferecidas foram contempladas pelos colaboradores.

PARCERIAS COM INSTITUIÇÕES DE ENSINO

Garantem descontos e condições especiais para colaboradores e seus familiares, combináveis com o programa Bolsa Educacional.

WELL HUB (GYMPASS)

Plataforma de bem-estar voltada para a saúde dos colaboradores, oferece acesso a diversas atividades físicas, de bem-estar, meditação, terapia, nutrição e qualidade do sono.

PLANO DE SAÚDE

Colaboradores e dependentes têm acesso ao plano com coparticipação; custo integral para filhos até 18 anos na modalidade enfermagem e possibilidade de *upgrade* custeado pelo colaborador.

PLANO ODONTOLÓGICO

Disponível para todos os colaboradores e seus filhos até 18 anos, com custo integral coberto pelo Banco para dependentes e baixo custo para colaboradores.

PLANO DE PREVIDÊNCIA PRIVADA

Todos os colaboradores têm acesso, com possibilidade de contribuição complementar.

REQUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

Profissionais dispensados sem justa causa têm direito a reembolso para cursos de requalificação.

SEGURO DE VIDA

Custeado integralmente pelo Banco Mercantil, com cobertura superior a R\$ 134 mil.

AUXÍLIO CRECHE/BABÁ

Apoio a mães e pais com filhos com idade de 0 a 5 anos promovendo a conciliação entre a vida profissional e a parentalidade.

LICENÇA MATERNIDADE E PATERNIDADE

O Banco Mercantil entende que uma cultura inclusiva de verdade passa pelo respeito total à igualdade parental. Para apoiar colaboradoras e colaboradores nesse momento único, oferece licenças estendidas: 180 dias para mães e 20 dias para pais. A iniciativa reflete o compromisso em garantir o suporte necessário para equilibrar a vida em família com os desafios da carreira.

TOTAL DE LICENÇAS MATERNIDADE/ PATERNIDADE EM 2025

Gênero	Quantidade
Feminino	122
Masculino	56
Total Geral	178

RETORNO AO TRABALHO

Total de colaboradores que retornaram ao trabalho depois da licença maternidade/paternidade e continuaram empregados 12 meses após seu retorno ao trabalho.

Gênero	Quantidade
Feminino	91%
Masculino	87,3%
Total Geral	90%

PROGRAMA BEBÊ A BORDO

Estabelecido em 2024, o programa oferece suporte integral a mães, incluindo mães por adoção, e pais durante a gestação e no retorno ao trabalho. Em 2025, a iniciativa realizou as seguintes entregas:

CICLO DE PALESTRAS E ENGAJAMENTO

As atividades ocorreram de forma descentralizada, na sede e rede, em ambos os semestres, abordando temas como Parto Humanizado e Amamentação.

+ Participação total: 83 colaboradores (30 na sede e 53 na rede).

APOIO PÓS-NASCIMENTO

Além do suporte educativo, a organização promove o acolhimento com o envio de mimos após o nascimento/adoção:

+ Total de envios em 2025: 103 unidades.

+ Distribuição: 72 kits para a rede e 31 para a sede.

MODELOS DE TRABALHO

O Mercantil adota três regimes de trabalho para a sede: híbrido (três dias presenciais), 100% remoto e 100% presencial, de acordo com a natureza das atividades. Essa definição também considera a escuta dos colaboradores para garantir bem-estar e desenvolvimento. Aos profissionais remotos, é fornecida ajuda de custo para despesas como internet.

PROGRAMA TEMPO DE DEDICAÇÃO

A iniciativa, criada em 2020, homenageia os profissionais que completam 1, 5, 10, 15 e 20 anos ou mais na empresa. Em 2025, 1.057 colaboradores foram reconhecidos. Atualmente, 189 profissionais têm 20 anos ou mais de atuação no Mercantil.





Responsabilidade Social, Ambiental e Climática

RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CLIMÁTICA

+ GRI 2-22, 2-23

Considerando o perfil de sua carteira de crédito, concentrada majoritariamente em operações colateralizadas destinadas a pessoas físicas, o Banco Mercantil apresenta baixa exposição direta a atividades econômicas intensivas em carbono. Ainda assim, mantém mecanismos de governança para identificar, monitorar e mitigar riscos sociais, ambientais e climáticos, em conformidade com as diretrizes regulatórias do Banco Central.

A Política de Responsabilidade Ambiental, Social e Climática (PRSAC) é aprovada pelo Conselho de Administração e pela Diretoria do Banco, e gerenciada pela área de Riscos e Compliance. O documento estabelece as diretrizes que regem as operações do Banco e sua relação com os *stakeholders*.

EIXOS

A PRSAC estrutura a gestão de impactos por meio de quatro pilares principais:

+ Eficiência operacional: foco na gestão de resíduos e na otimização do consumo de energia e recursos naturais.



+ Crédito sustentável: integração de critérios socioambientais e climáticos na análise e concessão de crédito.

+ Cadeia de valor: avaliação rigorosa de fornecedores e prestadores de serviço sob a ótica da sustentabilidade.

+ Governança: definição de princípios estratégicos para todos os processos e atividades da instituição.

CLASSIFICAÇÃO DE RISCO

Os clientes são categorizados de "A" (alto risco) a "C" (baixo risco) com base em sua exposição social, ambiental e climática. A pior classificação parcial sempre prevalece. Casos com alta exposição recebem avaliação de comitês antes da concessão de crédito.

ATIVIDADES NÃO FINANCIÁVEIS

O Banco Mercantil possui uma lista de exclusão que veda o crédito a setores com alto impacto negativo ou questões éticas. As restrições incluem:

+ Exploração ambiental: extração de amianto, carvão mineral e madeira ou carvão vegetal de florestas nativas.

+ Danos sociais: empresas ligadas à prostituição ou a jogos de azar e apostas (com exceção das casas lotéricas).

+ Setor bélico: fabricação de equipamentos militares pesados.

ALERTAS ESPECÍFICOS

O Banco mantém sistemas de controle para identificar e restringir operações com base em infrações graves:

+ Trabalhista: identificação de pessoas condenadas por trabalho análogo à escravidão, utilizando a base de dados oficial do Ministério do Trabalho.

+ Ambiental: monitoramento de responsáveis por áreas degradadas, com foco específico nos estados de Minas Gerais e São Paulo.

MONITORAMENTO DE PESSOAS EXPOSTAS NA MÍDIA (PEM)

O Banco monitora nomes associados a crimes ambientais, exploração sexual, trabalho escravo e infantil, utilizando listas restritivas de fornecedores externos.

FORMALIZAÇÃO E CONFORMIDADE SOCIOAMBIENTAL

O Banco Mercantil inclui cláusulas socioambientais em seus contratos para assegurar que clientes e terceiros estejam de acordo com o que é estabelecido pela PRSAC, pela legislação ambiental e trabalhista, e pelos requisitos legais para o uso de recursos.

Para viabilizar a análise de riscos e mitigar vulnerabilidades legais, o processo inclui os seguintes mecanismos:

- + Declaração socioambiental e anticorrupção:** documento autodeclaratório obrigatório para clientes e fornecedores relevantes, detalhando suas práticas sociais e ambientais.
- + Avaliação de contrapartes:** uso das informações declaradas para compreender a gestão socioambiental do parceiro e os riscos envolvidos na relação.
- + Segurança decisória:** a assinatura do documento formaliza que as práticas da contraparte foram consideradas na decisão de estabelecer o relacionamento comercial.



MEIO AMBIENTE



SUSTENTABILIDADE E EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

A estratégia baseia-se em duas frentes principais:

+ Fontes renováveis: a migração para matrizes de energia limpa resultou em uma redução significativa nas tarifas, devido ao menor custo de prestação do serviço.

+ Arquitetura inteligente: a sede foi projetada para maximizar o aproveitamento da luz natural, minimizando a dependência de iluminação artificial.

As ações implementadas geraram benefícios:

+ Emissões evitadas: 617 mil kg de CO₂. A meta é chegar a 1.200.000 kg (1.200 toneladas) de CO₂.

+ Preservação: impacto equivale ao replantio estimado de 3.245 árvores.

IMPACTO FINANCEIRO

+ Economia anual: redução de aproximadamente R\$ 1 milhão nas despesas com energia em comparação ao período anterior às iniciativas.

+ Baixo investimento: as melhorias não exigiram aportes consideráveis, sendo viabilizadas pelo mapeamento de oportunidades realizado pela própria equipe.

COMPROMISSO AMBIENTAL E ECOEFICIÊNCIA

Energia limpa: expansão do uso de fontes renováveis (hidrelétricas e solares).

REDUÇÃO DE EMISSÃO DE CO₂ (EM TONELADAS)

408,22	394,62	616,73
2023	2024	2025

O Banco reconhece a relevância do inventário de emissões de gases de efeito estufa como uma importante ferramenta de gestão. Nesse sentido, há a intenção de avançar com estudo para viabilizar o inventário de emissões.

REDUÇÃO DE CONSUMO DE PAPEL (EM TONELADAS) *

16,5	6,8	5,5
2023	2024	2025

Uso consciente de papel: consolidação do modelo **paperless** em toda a rede de atendimento, utilizando tablets para eliminar a necessidade de impressões.

*Redução comparada a 2022

ECONOMIA DE ENERGIA

O Banco Mercantil realizou a mudança para a nova sede em agosto de 2023. Anteriormente ocupando um prédio de 20 andares, a Instituição Financeira passou a atuar em um edifício com 5 andares com instalações e que tem maior eficiência energética. Além disso, a implantação do modelo de trabalho híbrido contribuiu para a redução expressiva observada em 2024.

ECONOMIA MÉDIA MUDANÇA DE SEDE + REGIME HÍBRIDO DE TRABALHO COMPARADO COM 2019

679 kwh

2023

998 kwh

2024

1.210 kwh

2025

REDUÇÃO DO CONSUMO DE ÁGUA NA SEDE ADMINISTRATIVA (EM MIL METROS CÚBICOS) COMPARADO COM 2019

3.184

2023

3.838

2024

3.932*

2025

*Comparado com 2019

GERAÇÃO DE RESÍDUOS

O Banco Mercantil encaminha os papéis que serão descartados a uma empresa mineira especializada em gerenciamento de resíduos, com mais de 60 anos de atuação no mercado. Já os equipamentos são destinados à venda direta.

As lâmpadas utilizadas são predominantemente do tipo LED, em alinhamento com as práticas de eficiência energética e sustentabilidade. O processo de substituição é realizado por empresas parceiras especializadas, que asseguram a destinação ambientalmente adequada dos materiais por meio do encaminhamento para pontos de coleta de resíduos eletrônicos nas respectivas localidades, em conformidade com as diretrizes de logística reversa e gestão responsável de resíduos.

Resíduo	2023	2024	2025
Equipamentos eletrônicos	53.110 kg	40.100 kg	0
Lâmpadas	-	-	0
Papel	32,9 toneladas	8,7 toneladas	79,8 toneladas*

*O aumento no volume em relação ao ano anterior se deve à melhoria no processo de triagem que possibilitou descarte de documentos, além da revisão da política de guarda de documentos.

SOCIAL

O Banco Mercantil prioriza o apoio a iniciativas para o público 50+ por meio de sua Política de Doação e Patrocínios, criada em 2021. O documento assegura transparência e conformidade com o Código de Ética e as normas de Prevenção à Corrupção.

Em 2025, o Mercantil direcionou seus investimentos para projetos voltados à saúde, à cultura e à inclusão digital do público 50+.

PATROCÍNIOS ESTRATÉGICOS



INHOTIM

O destaque é o projeto Inhotim para todos, que promove a democratização da cultura com ações especificamente desenhadas para o público 60+.



WALKING FOOTBALL

Modalidade de futebol adaptada para pessoas 60+. Os praticantes jogam caminhando, promovendo saúde e integração social, sem o impacto físico do futebol tradicional. O projeto patrocinado pelo Banco ocorre no Rio de Janeiro e no interior de São Paulo.



Para conhecer todos os projetos apoiados pelo Banco Mercantil, acesse:

<https://sustentabilidade.bancomercantil.com.br/projetos-apoiados/>



FESTIVAL SABIÁ

A 5ª edição do evento foi viabilizada pela Lei de Incentivo à Cultura – Rouanet. A iniciativa estimulou o diálogo entre gerações e o reconhecimento da longevidade como potência criativa. Com o tema “Tudo que aprendi com meus avós”, o festival refletiu sobre saberes, histórias e valores transmitidos ao longo do tempo, celebrando o papel das pessoas idosas na formação cultural e afetiva da sociedade.



51ª CAMPANHA DE POPULARIZAÇÃO DO TEATRO E DA DANÇA

O apoio contribui para promover a democratização do acesso à arte, fortalecendo a economia criativa e valorizando a identidade regional.

BANCO DE DOADORES DE SANGUE

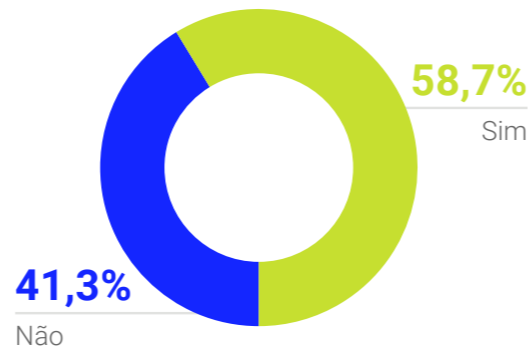
A estratégia baseia-se em duas frentes. O Banco Mercantil promove o engajamento social de seus colaboradores por meio do voluntariado, com foco especial na doação de sangue. Diante do cenário nacional, em que apenas 1,8% da população é doadora, índice abaixo dos 3,5% a 5% recomendados pela Organização Mundial de Saúde (OMS), a instituição criou o banco de doadores de sangue.

A iniciativa conecta colaboradores voluntários, mobiliza a rede para atender a demandas específicas e facilita a adesão a campanhas, consolidando a estratégia de responsabilidade social da empresa.

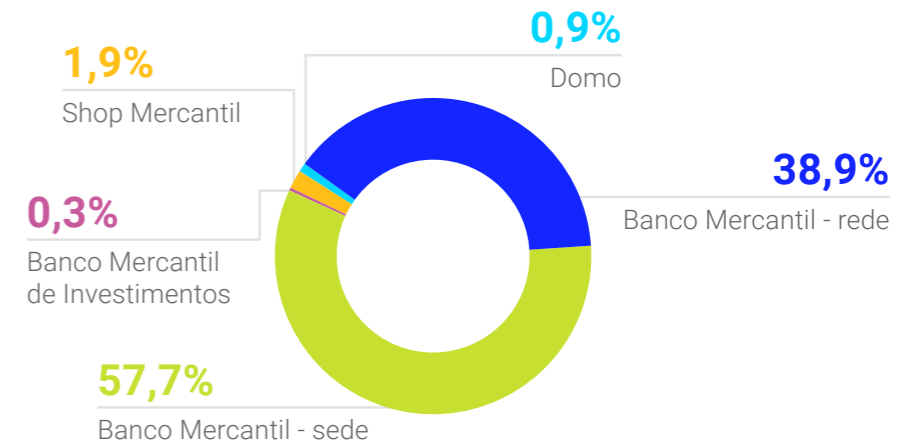
Resultados de 2025: realização de caravanas presenciais saindo da sede em direção ao Hemominas, reunindo 40 colaboradores em uma única ação, além de mobilizações em agências de outras cidades.

DOAÇÃO DE SANGUE

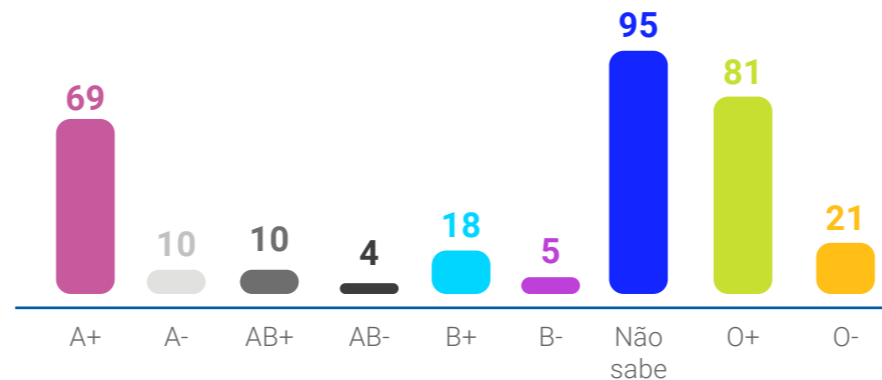
ERA DOADOR ANTES DO PROJETO?



DOADORES POR EMPRESA



DOADORES POR TIPO SANGUÍNEO



293 DOADORES CADASTRADOS

3º PRÊMIO MERCANTIL DE JORNALISMO

A edição de 2025 destacou reportagens voltadas ao tema Longevidade e equilíbrio. O objetivo da iniciativa é promover o debate qualificado sobre o planejamento e a dignidade do público 50+. O prêmio evidencia como o jornalismo de qualidade pode gerar impacto positivo para a sociedade.

Na terceira edição, o Prêmio registrou aumento de 300% no número de inscrições em relação ao ano anterior. Ao todo, foram distribuídos R\$ 80 mil em prêmios. A comissão de jurados selecionou os vencedores com base em critérios de relevância, qualidade técnica e originalidade, consolidando o posicionamento do Banco Mercantil como incentivador de pautas sobre longevidade no país.

GESTÃO DE FORNECEDORES E TERCEIROS



O Banco Mercantil adota critérios formais para contratações imparciais e transparentes, priorizando a reputação, a qualidade e o alinhamento ético de fornecedores e terceiros. O processo é regido por um conjunto rigoroso de normas internas listadas a seguir:

- + Política de Compras;
- + Política Institucional de Prevenção à Corrupção;
- + Política Institucional de Segurança Cibernética;
- + Política Institucional de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (PRSAC);
- + Código de Ética;
- + Política Conheça seu Parceiro.

HOMOLOGAÇÃO E CONFORMIDADE

A seleção de fornecedores envolve uma análise multidimensional para mitigar riscos:

- + Análise técnica: verificação econômico-financeira e da capacidade de atendimento.

+ Conformidade legal: exigência de cumprimento das legislações trabalhista e ambiental.

+ Compromisso ético: inclusão de cláusulas contratuais de responsabilidade e termos de adesão a práticas socioambientais.

+ Monitoramento: realização de diligências contínuas para assegurar a idoneidade dos parceiros.

SEGURANÇA FÍSICA E PATRIMONIAL

+ GRI 3-3 PRÁTICAS DE SEGURANÇA

O Mercantil implementa dispositivos de segurança em sua rede de atendimento seguindo as melhores práticas de mercado e a legislação vigente. O foco principal é a proteção das pessoas (clientes, colaboradores e visitantes) e de ativos (bens e patrimônio) da empresa.





Inovação e Tecnologia

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

O Banco Mercantil desenvolve e utiliza tecnologia de forma estratégica para tornar processos mais ágeis e seguros, conhecer de maneira aprofundada as demandas dos clientes e entregar soluções efetivas para esse grupo.

Com uma infraestrutura 100% baseada em nuvem e o uso intensivo de Inteligência Artificial, o Banco personaliza a experiência do usuário, adaptando interfaces para áudio ou texto conforme o perfil detectado e utilizando linguagens naturais que evitam termos técnicos.

PRINCIPAIS RESULTADOS IMPULSIONADOS PELA **TECNOLOGIA E INOVAÇÃO EM 2025**

- + Ao final de 2025, 82% de todos os contratos do Banco foram realizados via canais digitais (App e WhatsApp).
- + WhatsApp do Banco possui um bot que utiliza IA generativa para entender gírias e erros de português, sendo responsável por 39% da originação de crédito.
- + O aplicativo atingiu a marca de 3,2 milhões de usuários, sendo responsável por 55% do total de transações do Banco e apresentando 83,8% de adesão entre o público INSS.

ESCRITÓRIO DE **PROJETOS (PMO)**

Essa estrutura é uma das áreas fundamentais para impulsionar iniciativas inovadoras no Banco Mercantil. Criado em 2020, o PMO acompanha projetos desde a concepção até a aplicação prática, promovendo a sinergia entre as equipes e a eficiência operacional. Em 2025, apresentou uma evolução significativa, impulsionada por adaptações exigidas pelo mercado, mudanças na legislação (como as relacionadas à Dataprev) e o suporte para a criação e o lançamento de novos produtos.

Ano	Projetos acompanhados
2023	426
2024	441
2025	460

GOVERNANÇA E EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

Um dos destaques de 2025 foi o redesenho tecnológico da gestão de projetos com a implementação da plataforma Monday, em julho, em substituição ao *software* utilizado anteriormente. A nova ferramenta proporcionou maior agilidade nas aprovações, flexibilidade e automação de processos, eliminando a rigidez que poderia gerar retrabalho.

A migração permitiu o aprimoramento da organização da base de dados com descarte de solicitações obsoletas, por exemplo. Isso possibilitou a redução de 34% no *backlog* de sustentação, lista acumulada de tarefas e solicitações relacionadas à manutenção, correção de problemas e suporte. Além disso, o PMO passou a acompanhar formalmente o projeto de expansão da rede de lojas em todo o Brasil.

EFICIÊNCIA E PRAZOS

O Banco utiliza como métrica o monitoramento do tempo entre o início da implementação e a entrega de projetos. Em 2025, as metas de tempo médio foram reduzidas, e os resultados apurados até novembro mostram que o Banco permanece operando abaixo dos limites estabelecidos:

+ Projetos estratégicos: a meta foi reduzida de 45 para 40 dias em 2025. A média real de entrega atingiu 31 dias.

+ Projetos de suporte e projetos estratégicos com legado: a meta foi reduzida de 90 para 85 dias. A média de tempo ficou em 63 dias. O leve aumento em relação aos 56 dias de 2024 é resultado do aumento da complexidade provocado por mudanças estruturais exigidas por questões legais relacionadas ao *Open Finance* e projetos da Dataprev.





ENGAJAMENTO E METODOLOGIA

A percepção de valor sobre o PMO cresceu internamente, com as equipes buscando ativamente o acompanhamento do escritório. Para atender o aumento de demanda, a área criou estratégias de disseminação e divulgação da metodologia utilizada a partir das iniciativas a seguir:

- + **Criação do site do PMO:** centraliza diretrizes, classificações e regras da metodologia
- + **Treinamentos presenciais e on-line, via Academia Mercantil, sobre a utilização da nova** plataforma de projetos Monday.
- + **Participação no Programa “Multiplicadores do Conhecimento”** para compartilhamento de boas práticas na gestão de projetos.
- + **Criação do Space do PMO (SOS):** canal dinâmico para esclarecimento imediato de dúvidas e suporte aos usuários internos.

INOVAÇÃO E INCENTIVOS FISCAIS

O PMO também desempenha papel estratégico na interface com a “Lei do Bem”, monitorando projetos com viés inovador para garantir o aproveitamento de benefícios fiscais baseados em horas investidas em inovação tecnológica.

Perspectivas para 2026: o foco será a evolução da governança baseada em dados capazes de fornecer informações mais precisas para apoiar a tomada de decisão da alta direção. Além disso, o PMO atuará cada vez mais próximo das áreas executoras para garantir a governança adequada dos projetos e dos benefícios gerados por eles.

GLOSSÁRIO

- + **Accountability:** sistema de transparência e prestação de contas onde os líderes de uma empresa assumem o compromisso e a responsabilidade por seus atos e resultados.
- + **B3:** principal mercado de capitais do Brasil (Brasil, Bolsa, Balcão), com sede em São Paulo, onde ocorrem as negociações de valores mobiliários.
- + **Carteira de crédito:** o montante total que uma instituição bancária tem a receber, somando todos os empréstimos e financiamentos concedidos.
- + **Compliance:** estrutura de normas e procedimentos adotada por uma companhia para assegurar que todas as suas atividades respeitem as leis e regulamentos do seu segmento.
- + **Crédito consignado:** linha de crédito na qual o abatimento das prestações ocorre de forma automática, direto no salário ou na aposentadoria do tomador.
- + **CRM:** acrônimo para Customer Relationship Management; refere-se a estratégias e ferramentas focadas na administração da interação e do vínculo com os consumidores.
- + **CVM:** entidade governamental sob supervisão do Ministério da Economia que regula, monitora e incentiva o crescimento do mercado financeiro brasileiro.
- + **Data Protection Officer (DPO):** responsável interno encarregado de monitorar a conformidade da organização com as normas de privacidade e segurança de informações pessoais.
- + **Declaração de Appetite a Riscos (RAS):** relatório oficial que detalha o limite de exposição e a tolerância a riscos que uma financeira aceita correr perante o mercado e reguladores.
- + **Dividendos:** fração do lucro líquido que as sociedades anônimas repassam aos seus investidores ao encerramento de cada período contábil.
- + **ESG:** critérios que medem o desempenho de uma corporação em aspectos ambientais, sociais e de gestão ética para definir seu nível de sustentabilidade.
- + **Funding:** conjunto de recursos que o banco capta, entre eles depósitos e investimentos, para financiar suas operações e concessão de crédito.
- + **Google Workspace:** pacote de ferramentas de produtividade e colaboração em nuvem do Google, adaptável ao domínio corporativo de cada cliente.
- + **Hub de inovação:** ambiente dedicado à troca de conhecimento e parcerias, visando acelerar a criação de novos produtos ou modelos de negócio.
- + **Índice de Basileia:** indicador que mede a saúde financeira de um banco, mostrando se ele tem capital suficiente para cobrir riscos e possíveis perdas.
- + **IPO:** sigla para Oferta Pública Inicial; marca o momento em que uma companhia abre seu capital e passa a vender ações pela primeira vez na bolsa.
- + **JCP (Juros sobre Capital Próprio):** um método alternativo de remuneração aos acionistas sobre o lucro, que possui tratamento contábil específico.
- + **LGPD:** lei nº 13.709/2018, que estabelece as regras brasileiras para a coleta, armazenamento e uso de dados de pessoas físicas.
- + **Lucro líquido:** valor que sobra do faturamento total após a quitação de todos os custos operacionais, obrigações fiscais e tributos.
- + **Margem financeira:** métrica que aponta o saldo final entre o que a instituição arrecada em operações financeiras e o que ela gasta nelas.

GLOSSÁRIO

- + **Marketplace:** vitrine virtual que centraliza ofertas de variados lojistas e prestadores em um único portal de compras.
- + **MFA (Autenticação Multifator):** camada extra de segurança que exige mais de uma prova de identidade para liberar o acesso de um usuário a sistemas digitais.
- + **Omnichannel:** modelo de atendimento que unifica os meios físicos e digitais para oferecer uma jornada contínua e integrada ao cliente.
- + **Open Finance:** sistema promovido pelo Banco Central que possibilita o compartilhamento padronizado de dados bancários entre instituições, mediante autorização do usuário.
- + **Operações colateralizadas:** operações de crédito com algum tipo de garantia de pagamento. Por exemplo: empréstimos vinculados a rendas recorrentes e previsíveis, como benefícios do INSS, o que reduz o risco da operação.
- + **Rating:** nota de crédito atribuída por agências especializadas que indica a saúde financeira e o risco de calote de uma empresa.
- + **ROA:** índice que demonstra a eficácia de uma empresa em gerar ganhos a partir dos seus ativos totais.
- + **ROAE:** indicador que mensura o retorno financeiro gerado em relação ao capital investido pelos próprios sócios (patrimônio líquido).
- + **Suitability:** processo de verificação para checar se determinado investimento ou produto é compatível com o perfil de risco e os planos do cliente.



Sumário GRI

GRI Standard	Indicador	Página/Seção	Informação/Omissão	ODS/Pacto Global
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-1 Dados da organização	10, 12, 13	Banco Mercantil do Brasil S.A. Sociedade Anônima de capital aberto. Sede: Av. do Contorno, Edifício Statement, 5.800, Savassi, Belo Horizonte/MG. País de operação: Brasil.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade		Banco Mercantil do Brasil S.A.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-3 Período de relato, frequência e ponto focal	6	Relato anual, cobrindo o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-4 Reformulações de informações		Não se aplica. Não houve reformulação de informações em relação ao relato de 2024.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-5 Verificação externa	6	Somente as informações financeiras passaram por auditoria externa independente (PwC).	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-6 Atividades, cadeia de valor e relações de negócio	10, 46	Opera no mercado nacional com soluções financeiras integradas (crédito, captação e serviços). Foco estratégico no público 50+ e INSS, via canais físicos e digitais. A cadeia de suprimentos foca em infraestrutura e tecnologia sob rigorosos critérios de compliance.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-7 Empregados	10, 60	Considera empregados em tempo integral e parcial. Acréscimo de 13,66% no quadro devido ao projeto de expansão, fechando o ano com 3.810 colaboradores (incluindo estagiários).	8
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-8 Trabalhadores que não são empregados	60	Média de 716 profissionais terceirizados (segurança, limpeza, etc). Aumento de 99 profissionais devido à expansão da rede física.	8
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-9 Estrutura de governança e composição	16, 18, 19, 30	Composta por Assembleia Geral, Conselho de Administração, Conselho Fiscal, Comitês Estatutários e Diretoria Executiva.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-10 Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	18	Crítérios rigorosos: não estar impedido por lei (crimes financeiros), ter reputação ilibada, não ocupar cargos em concorrentes e seguir regulamentações do BC e CVM.	16
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	16, 17	O Presidente do Conselho de Administração não acumula o cargo de Diretor-Presidente (CEO), respeitando as melhores práticas do Novo Mercado da B3.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-12 Atribuições do mais alto órgão de governança no controle da gestão de impactos	18, 86	O Conselho analisa e aprova estratégias ESG, realiza a supervisão dos processos para gerenciar impactos na economia, meio ambiente e pessoas, e revisa o desempenho anualmente.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	25, 31	Delegação apoiada por instâncias como o Comitê de Riscos e o Subcomitê ESG, que avaliam e reportam ao Conselho de Administração.	-

GRI Standard	Indicador	Página/Seção	Informação/Omissão	ODS/Pacto Global
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-14 Atribuições do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	6	O relatório é aprovado pela Diretoria Executiva, pelo Conselho de Administração e por integrantes de comitês internos.	12, 13
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-15 Conflitos de interesse	33	Mitigação subsidiada pelo Código de Ética e Política Anticorrupção. O Comitê de Condutas Éticas zela pela segregação de funções e gestão do tema.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-16 Manifestações críticas	25, 30	Reportes periódicos são feitos à Alta Administração e ao Comitê de Auditoria, incluindo indicadores de risco (RAS e ICRs) e deficiências de controles.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	18, 30	Aprimoramento contínuo das lideranças por meio de comitês especializados e avaliações pautadas nas melhores práticas de governança.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-18 Avaliação de desempenho do mais alto órgão de governança		Autoavaliação colegiada e individual anual do Conselho de Administração e de seus Comitês Estatutários, conduzida pelo Presidente do Conselho.	-
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-19 Políticas de remuneração	23	A remuneração variável está vinculada a objetivos de curto e longo prazos. 50% dos bônus são diferidos por três anos. Não há benefícios de aposentadoria especiais para executivos.	10
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-20 Processos para determinação da remuneração	23	Política formal analisada e aprovada pelo Comitê de Remuneração. Considera responsabilidades do cargo, mercado e a exposição a riscos.	10
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-21 Proporção da remuneração total anual		O indivíduo mais bem pago recebeu 37,68 vezes a média dos demais. O aumento da sua remuneração foi de 34,41%, enquanto a média geral teve aumento de 8,29%.	10
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-22 Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	3, 4, 70	A liderança ressalta a inclusão financeira responsável do público 50+, inovação e a integração ESG ao <i>core business</i> do Banco.	12, 13
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-23 Compromissos de política	33, 35, 70	Adoção do Código de Ética e de políticas sólidas, como a PRSAC, Anticorrupção e Privacidade de Dados.	16
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-24 Internalização de compromissos de política	33, 35	O Banco internaliza as políticas em seus processos diários, treinamento de equipes (93% treinados em anticorrupção) e certificações de atendimento.	8, 16
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-25 Processos para remediação de impactos negativos	47, 48	A Ouvidoria atua de forma preventiva e o Canal de Denúncias apura e remedia possíveis desvios, objetivando construir relações mais justas e transparentes.	12, 16
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-26 Mecanismos para busca de informações e manifestações	37, 47	Canais disponíveis: SAC, Ouvidoria, Portal RI e Canal de Denúncias independente e sigiloso (operado pelo Contato Seguro).	16

GRI Standard	Indicador	Página/Seção	Informação/Omissão	ODS/Pacto Global
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-28 Participação em associações		Membro ativo de associações estratégicas: Febraban, ABBC, CVM, IBGC, IBRI e Amcham.	16
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-29 Abordagem para engajamento de partes interessadas	36, 37, 45, 47, 49	Engajamento contínuo e estruturado com clientes (foco 50+), colaboradores, acionistas, órgãos reguladores e fornecedores.	8
GRI 2: CONTEÚDOS GERAIS 2021	2-30 Acordos de negociação coletiva		100% dos colaboradores são cobertos por acordos de negociação coletiva.	8
GRI 205: ANTICORRUPÇÃO 2016	205-2 Comunicação e treinamento em políticas de anticorrupção	35	3.495 colaboradores (93%) treinados. 100% dos órgãos de governança comunicados.	16
GRI 201: DESEMPENHO ECONÔMICO 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	56	Gerado: R\$ 2.120.697 mil. Distribuído: R\$ 1.532.341 mil. Retido: R\$ 588.356 mil. O lucro líquido bateu recorde de R\$ 1 bilhão.	8, 16
GRI 3: TEMAS MATERIAIS 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	7	Estudo de dupla materialidade identificou impactos organizacionais, sustentando a estratégia ESG e os ODS.	16
GRI 3: TEMAS MATERIAIS 2021	3-2 Lista de temas materiais	8	Principais temas: Governança, Conduta Ética, Gestão de Riscos, Relação com Clientes, Gente e Cultura Organizacional.	16
GRI 3: TEMAS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão dos Tópicos Materiais	Várias (Vide Informação)	<p>Governança: Pág. 16. Estruturas, comitês e liderança ética.</p> <p>Ética e Transparência: Págs. 33, 35, 38, 39. Políticas de prevenção à corrupção e LGPD.</p> <p>Gestão de Riscos: Pág. 25. Mapeamento de riscos socioambientais (PRSAC).</p> <p>Relação com Cliente: Págs. 41, 50, 76. Educação digital, segurança do consumidor 50+.</p> <p>Gente e Cultura: Pág. 58. Treinamentos, diversidade e combate à discriminação.</p>	5, 8, 10, 12, 13, 16
GRI 401: EMPREGO 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade	62	O Mercantil prioriza o recrutamento interno para valorizar seus colaboradores, abrindo vagas externas após esse processo.	8
GRI 404: TREINAMENTO E EDUCAÇÃO 2016	404-2 Programas para aperfeiçoamento de competências	65, 66	Plataforma Academia Mercantil, Programa Lidere, e bolsas de estudo para graduação e pós (94% contemplados).	8
GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	22, 60, 61, 62	Quase 57% de mulheres no quadro. Diretoria composta por 17% de mulheres.	5, 10

GRI Standard	Indicador	Página/Seção	Informação/Omissão	ODS/Pacto Global
GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas		Dois relatos de discriminação registrados no ano. Casos apurados, partes reorientadas e sob monitoramento, reafirmando o compromisso de inclusão.	5
GRI 410: PRÁTICAS DE SEGURANÇA 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em direitos humanos		100% dos profissionais de segurança (incluindo terceirizados) receberam capacitação formal em políticas e procedimentos de Direitos Humanos da organização.	16
GRI 416: SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR 2016	416-1 Avaliação de impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	50	A organização monitora impactos sistêmicos. Foco em prevenção a fraudes, segurança do cliente 50+ e letramento financeiro ("Meu Bolso em Dia"). Nenhuma sanção ou processo registrado em 2025.	3, 16
GRI 416: SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR 2016	416-2 Casos de não conformidade em relação a impactos na saúde e segurança	50	Não foi identificado nenhum caso de não conformidade com leis e/ou códigos voluntários em relação aos impactos na saúde e segurança em 2025.	16
GRI 418: PRIVACIDADE DO CLIENTE 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados	39	Zero incidentes de vazamento ou perda de dados digitais/eletrônicos. Uso contínuo de sistemas DLP (<i>Data Loss Prevention</i>) e criptografia.	16



FICHA TÉCNICA

Relatório de Sustentabilidade 2025

Publicação anual do Banco Mercantil S/A

Coordenação:

Gerência de Governança Corporativa e Relações com Acionistas

Produção de conteúdo e projeto gráfico:

BH Press Comunicação e Sustentabilidade

Fotos:

Bruno Gonzaga, Mariana Borges, Ricardo Lucas e arquivo Mercantil.

Para mais informações e comentários:

acionistas@mercantil.com.br



www.bancomercantil.com.br