

ESTRATÉGIA ESG NO VAREJO: DIRETRIZES SOCIAIS, AMBIENTAIS E CLIMÁTICAS PARA CLIENTES PESSOA FÍSICA

1. OBJETIVO

Este documento consolida as diretrizes e iniciativas sustentáveis e as práticas de gerenciamento de riscos social, ambiental e climático (“SAC”) e de sustentabilidade para clientes pessoa física, reforçando o compromisso do Itaú Unibanco com uma atuação responsável e alinhada aos desafios sociais, ambientais e climáticos.

2. DIRETRIZES DE GERENCIAMENTO DE RISCOS SAC E SEU PROCESSO DE ENGAJAMENTO COM CLIENTES PESSOAS FÍSICAS

- **Processo de avaliação de clientes pessoas físicas**

Dentre as diretrizes adotadas pelo Itaú Unibanco no processo de avaliação de clientes pessoas físicas, destacam-se:

A. Lista de Atividades Excluídas:

Na avaliação de temas prioritários de proteção aos Direitos Humanos, critérios sociais específicos devem ser cumpridos para o estabelecimento e manutenção de relacionamento com clientes pessoas físicas e jurídicas. Observando os princípios estabelecidos na Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (SAC) e na Política de Riscos Social, Ambiental e Climático (SAC), a Instituição adota uma lista de atividades excluídas composta por atividades que contrariam princípios e valores do banco, sendo elas: exploração da prostituição, utilização de mão de obra infantil em desacordo com a legislação e utilização de mão de obra em condições análogas à de escravo. Neste sentido, a comprovação do envolvimento de pessoas físicas com quaisquer das atividades acima citadas resulta no bloqueio sistêmico do respectivo CPF, independentemente de seu relacionamento com o Itaú Unibanco, e consequente impedimento do início de relacionamento ou de acesso a novo crédito.

B. Análise individualizada de clientes produtores rurais no processo de aprovação e renovação de crédito

O Itaú Unibanco adota metodologias de avaliação de seus clientes, cujos critérios e abrangência são orientados pelos princípios de relevância e proporcionalidade. Nesse sentido, para clientes que atuam em setores considerados como sensíveis, assim classificados por representar riscos Sociais, Ambientais e/ou Climáticos (SAC) relevantes, é adotada análise individualizada. No que diz respeito a clientes pessoas físicas, são assim classificados os produtores rurais, que atuam no setor agropecuário.

Para esses clientes, em razão de suas particularidades, são aplicadas metodologias próprias de análises individualizadas, cujo grau de completude varia de acordo com parâmetros financeiros e operacionais preestabelecidos.

As metodologias de avaliação contemplam fatores ambientais, sociais e climáticos como:

- **Ambientais:** a verificação da existência, em fontes públicas, de embargos e autuações ambientais, identificação de focos de desmatamento e sobreposição a unidades de conservação, por meio da combinação da avaliação de informações georreferenciadas com informações oriundas de fontes públicas;
- **Sociais:** além da avaliação de enquadramento nas hipóteses da Lista de Atividades Excluídas, são avaliados impactos em terras e comunidades indígenas e outras comunidades tradicionais;
- **Climáticos:** análise do risco de escassez hídrica nos municípios nos quais os produtores rurais possuem fazendas.

Para esses produtores rurais, a variável de riscos SAC é considerada no risk rating, servindo de base para o apreçamento e alocação de capital e dando suporte à tomada de decisão.

- **Análise de riscos SAC de produtos do varejo**

O gerenciamento de riscos SAC está incorporado na esteira de aprovação de produtos do varejo de forma a garantir que essa gestão, quando necessária, seja realizada previamente à operacionalização de novos produtos. A análise abrange, inclusive, os produtos com selo ESG e mitiga possível risco de greenwashing.

Além disso, a análise de riscos SAC também é realizada para operações Agro com recursos direcionados cujo público-alvo inclui clientes tanto para pessoas jurídicas quanto pessoas físicas. Para esses financiamentos, destinados a uma propriedade rural específica, como as operações de crédito rural e BNDES Agro, a diligência se dá no momento da contratação e, em alguns casos, se estende para toda a vida da operação, e prevê a verificação, através de laudos geoespaciais, de impacto em áreas ambientalmente protegidas e comunidades tradicionais, além da identificação de desmatamentos irregulares, dentre outros aspectos.

- **Gestão de consequência e Engajamento com clientes pessoas físicas no âmbito de Riscos SAC**

Caso durante a avaliação de clientes pessoas físicas, incluindo aqueles que incorram nas hipóteses descritas na Lista de Atividades Excluídas, sejam identificados riscos relevantes, poderá haver a necessidade de aprovação em níveis de alçada mais elevados, incluindo colegiados sêniores da Instituição, que deliberarão a respeito do início ou renovação do relacionamento de crédito com o cliente e, conforme o caso, da realização de novas operações de crédito.

Entretanto, o processo de gerenciamento de Riscos SAC de clientes pessoas físicas pode também resultar, nas situações aplicáveis, em engajamento com clientes, para proporcionar melhor entendimento e comunicação dos riscos encontrados. Além disso, o engajamento estimula o diálogo e promove a identificação de oportunidades para melhoria das práticas na gestão dos riscos SAC pelos clientes, minimizando os impactos de suas atividades como, p.ex., por meio do estabelecimento de planos para transição a uma economia mais sustentável.

3. GOVERNANÇA EM PRODUTOS FINANCEIROS

Integração de critérios de sustentabilidade nos produtos financeiros para clientes pessoa física.

Para impulsionar o desenvolvimento da sociedade, temos a consciência de que não basta acompanhar o crescimento do cliente, é necessário impulsioná-lo, por meio de práticas ESG no segmento, com programas que incentivam a saúde financeira como o consumo consciente, a oferta de investimentos e linhas de financiamentos sustentáveis. Por meio da estratégia ESG e aplicação dos critérios de risco socioambiental e climático, seguimos compromisso e oferecemos soluções financeiras que atendam às necessidades dos clientes e contribuam para o desenvolvimento sustentável.

A partir da Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (PRSAC), o Itaú Unibanco toma decisões com base em princípios que promovem inclusão, cidadania financeira e desenvolvimento sustentável. A PRSAC estabelece os princípios e diretrizes que norteiam a condução dos negócios, atividades e processos do banco, bem como na sua relação com as partes interessadas.

No contexto do varejo bancário, a PRSAC orienta a oferta de produtos e serviços financeiros que contribuam para o desenvolvimento sustentável, com foco na inclusão social, respeitando os direitos humanos e a proteção ambiental. Entre as diretrizes aplicáveis ao varejo, destacam-se:

- **Promoção da saúde financeira dos clientes**, oferecendo produtos adequados ao perfil e necessidades de cada indivíduo.
- **Estímulo à diversidade e inclusão**, garantindo o acesso equitativo aos serviços financeiros.
- **Fomento à educação financeira**, capacitando os clientes a tomarem decisões conscientes e responsáveis.
- **Sistema de classificação e comprometimento de renda**, são estabelecidos limites de endividamento com base na renda e de acordo com nossa classificação do apetite de risco (conforme políticas e internas e legislação vigente). Evitando o comprometimento excessivo da renda e com o objetivo de preservar a saúde financeira dos clientes pessoa física e o aumento da inadimplência.
- **Disponibilidade de canais de atendimento e de manifestação** que sejam legítimos, acessíveis, transparentes e adequados às diretrizes de proteção de dados e a privacidade.

A aplicação prática dessas diretrizes é reforçada por outros documentos e iniciativas institucionais, como a Política de Relacionamento com Clientes, a Política de Educação Financeira, as diretrizes para oferta responsável de produtos e serviços, a Política de

Privacidade e Proteção de Dados, os protocolos de atuação nos canais de atendimento, além das práticas de renegociação e reinserção no crédito e as iniciativas de educação e orientação Financeira.

Diretrizes de Direitos Humanos para a elaboração e oferta de Produtos

As iniciativas voltadas para criação ou modificação de produtos e serviços devem seguir a Política Corporativa de Avaliação de Produtos, assegurando que estejam alinhadas à Política de Relacionamento com Clientes desde o início. No que tange o tema de Direitos Humanos, seguimos diretrizes como:

- Desenvolver produtos acessíveis para diferentes perfis de clientes (incluindo e não se limitando, pessoas com deficiência, idosos, populações de baixa renda).
 - Evitar linguagem e funcionalidades que possam ser discriminatórias ou excludentes.
 - Garantir que termos e condições sejam claros, compreensíveis e disponíveis em linguagem acessível.
 - Assegurar que o cliente tenha plena ciência de seus direitos e obrigações ao contratar qualquer produto, bem como disponha de mecanismos de cancelamento que garantam a transparência e a liberdade financeira do cliente.
 - Identificar, prevenir e, quando necessário, mitigar ou reparar eventuais impactos adversos diretos e indiretos em Direitos Humanos gerados ou relacionados ao produto.
-
- **Integração ESG em produtos do Varejo (Pessoa Física)**

O Itaú Unibanco tem desenvolvido soluções financeiras que incentivam comportamentos sustentáveis. Entre os destaques estão produtos voltados à mobilidade elétrica, eficiência energética e consumo consciente, além de linhas de crédito com condições diferenciadas para estimular práticas responsáveis entre os clientes pessoa física.

- **Microcrédito:** Desde 2024, o Itaú Unibanco tem intensificado suas iniciativas de microcrédito, visando promover a inclusão financeira e apoiar o desenvolvimento de microempreendedores em todo o Brasil. Por meio de parcerias com organizações locais e programas específicos, o banco ampliou o acesso a linhas de crédito de baixo valor, com condições facilitadas e orientação financeira, permitindo que pequenos empreendedores formalizassem seus negócios, investissem em infraestrutura e aumentassem sua capacidade produtiva. Essas ações contribuíram para a geração de renda e fortalecimento da economia local, alinhando-se aos compromissos ESG da instituição. O microcrédito está disponível em todos os estados do Nordeste e é destinado a pessoas que possuem um pequeno negócio ou para pessoas físicas, mesmo sem CNPJ.
- **Cartões de crédito sem anuidade:** Para facilitar o acesso a meios de pagamento e instrumentos de crédito oferecemos diferentes produtos de cartão de crédito com opções sem anuidade.

- **Investimentos sem taxas:** O Itaú possui diferentes opções de investimentos sem taxas e com valores iniciais acessíveis para incentivar a formação de reservas.
- **Cartão de crédito vocalizado:** O Itaú disponibiliza um cartão que vocaliza o processo transacional no momento da compra, permitindo que o cliente valide o valor da transação antes de digitar a senha, oferecendo maior segurança nas transações.
- **Financiamento de residências sustentáveis:** para apoiar as pessoas físicas que adquirirem apartamentos em empreendimentos com certificações sustentáveis. Esses empreendimentos devem obrigatoriamente ser financiados pelo Plano Empresário Verde, iniciativa do Itaú BBA voltada ao apoio a projetos residenciais ou comerciais que promovam a construção sustentável. Para que o projeto seja enquadrado no Plano Empresário Verde, é necessário que o empreendimento obtenha uma das certificações ambientais previstas no regulamento: LEED, EDGE ou AQUA.
- **Veículos elétricos e híbridos:** Veículos elétricos e/ou híbridos possuem um papel importante já que operam sem a queima de combustíveis fósseis e ajudam a reduzir as emissões de gases do efeito estufa assim como outros poluentes atmosféricos. Dado benefício ambiental e climático, o Itaú possui uma linha de crédito para compra de veículos elétricos e híbridos e taxas diferenciadas para incentivar o crescimento do segmento elétrico no país. Também há a opção de consórcio para veículos elétricos e híbridos, com incentivos para pagamento à vista, além de todos os benefícios de um consórcio, como planejamento, parcelas menores e sem taxa de juros.

4. RELACIONAMENTO E ENGAJAMENTO COM CLIENTES PESSOA FÍSICA

- **Diretrizes do relacionamento com o cliente**

Nas operações de Varejo, o Itaú Unibanco pauta sua relação com clientes na oferta responsável e na promoção da educação financeira para consumidores pessoa física e empreendedores. Nesse contexto, a Política de Relacionamento com Clientes e a Política de Educação Financeira estabelecem os princípios e procedimentos que orientam esse relacionamento.

Esses princípios e estão de acordo com os fundamentos de promoção da inclusão financeira, da educação financeira e da proteção ao consumidor presentes no conceito de cidadania financeira elaborado pelo Banco Central do Brasil.

Além de garantir uma oferta transparente e adequada de soluções financeiras, o Itaú Unibanco disponibiliza conteúdos e ferramentas que incentivam um uso mais consciente e equilibrado de seus produtos e serviços. Essa abordagem contribui para mitigar impactos negativos, como o excesso de endividamento e a dificuldade de formar reservas financeiras.

A Política de Relacionamento com Clientes reflete os valores de Ética, Transparência, Responsabilidade, Diligência e Empatia da organização, com o propósito de proporcionar uma experiência mais humanizada, marcada por interações significativas e autênticas, de acordo com o compromisso de satisfação dos clientes. Supervisionada regularmente pelo Comitê de Auditoria, a PRC serve como um guia para que as áreas compreendam suas responsabilidades e atuem com total transparência, fortalecendo a confiança associada à marca Itaú. Os princípios da política são:

- Oferta responsável por meio da adequação dos nossos produtos e serviços às necessidades, interesses e objetivos do cliente. Além da adequação das ofertas, os clientes têm acesso a conteúdo, informações e alertas que os incentivam a conhecer os possíveis riscos de um produto à sua saúde financeira.
- Políticas de remuneração e incentivos baseados em valores organizacionais e métricas como qualidade de vendas, satisfação de clientes e pós-venda, proibindo a remuneração variável baseada exclusivamente em comissão por vendas.
- Promoção da educação financeira, visando inclusão financeira, prevenção do endividamento e superendividamento, proteção contra fraudes e golpes, e digitalização segura dos cidadãos.
- Identificação e tratamento diferenciado para públicos em situação de alta vulnerabilidade.
- Busca pelas melhores soluções para proporcionar uma experiência positiva ao cliente.

Entre os procedimentos adotados para mitigar os possíveis impactos negativos do uso de produtos e serviços financeiros, destacam-se:

- **Score de Qualidade de Vendas (SQV)** - O Score de Qualidade de Vendas é composto por indicadores que, em conjunto, avaliam aspectos qualitativos do processo de vendas, tais como indicadores de cancelamento, concentração de vendas e métricas de reclamações.
- **Atenção ao Público Superendividado** - As carteiras de clientes em dia e em atraso são analisadas regularmente, avaliando o grau de endividamento, a fim de identificar os consumidores superendividados. A partir dessa identificação, são definidas ações para tratamento diferenciado ao cliente superendividado, que podem incluir inibição de crédito e oferta adequada de produtos de renegociação.
- **Atenção ao cliente vulnerável** - O grau de vulnerabilidade dos clientes pessoa física é definido com base em características como capacidade civil (aptidão de uma pessoa para exercer direitos e assumir obrigações, de acordo com a lei), deficiência física ou intelectual, doença grave, superendividamento, escolaridade, habilidade ou maturidade digital, idade e renda. Clientes vulneráveis recebem atendimento prioritário, empático e personalizado, além

de ofertas estratégicas de produtos e serviços adequados às suas necessidades. Também é monitorada a qualidade das vendas realizadas a clientes desse perfil para mitigar falhas de compreensão ou inadequações.

- **Treinamentos:** Treinamentos regulares com foco na capacitação de novos colaboradores e na reciclagem das equipes de Varejo, promovendo a nossa cultura de riscos e reforçando a importância de ações preditivas e mitigatórias. Além disso, realizamos treinamentos com o objetivo de reconhecer e respeitar as diversidades culturais, sociais e econômicas dos clientes, provendo orientações para a escuta ativa e resolutiva para atendimento ao consumidor acerca dos produtos disponíveis. Disponibilizamos também em nossa plataforma de aprendizagem treinamentos específicos sobre qualidade de vendas, juntamente com os treinamentos dos principais produtos comercializados em nossas operações, além de cartilhas com todas as regras do programa incentivos de vendas e relatórios de acompanhamento. Com isso, buscamos assegurar que todos estejam alinhados aos procedimentos e diretrizes institucionais e enfatizar a importância da conduta ética e da integridade em todas as ações e decisões, promovendo um ambiente de trabalho saudável, transparente e responsável.

- **Promoção e engajamento com os clientes - Educação Financeira e Empreendedora**

A Política de Educação Financeira prevê a oferta de medidas de educação financeira, como conteúdo e ferramentas, em todas as fases do relacionamento com clientes. As medidas têm por objetivo promover comportamentos financeiros mais saudáveis:

- Organização do orçamento pessoal e familiar
- Formação de reservas e fortalecimento da resiliência financeira
- Prevenção ao endividamento e ao superendividamento

Entre os principais serviços de educação financeira disponíveis para clientes, estão:

- **Controle de gastos:** Solução no aplicativo Itaú para ajudar o cliente no controle das suas despesas por meio de meta de gastos. Cliente define um valor que gostaria de gastar por mês em determinada categoria, como combustível, farmácia, entre outros e cria um controle por meio de uma meta de gastos. São enviados avisos para acompanhamento ao longo do mês, contribuindo para a gestão do orçamento.
- **Cofrinhos:** Solução no aplicativo para incentivar o cliente a criar uma reserva financeira de forma simples e segura. Cliente estabelece um objetivo de vida e pode personalizar o Cofrinho, definindo uma meta financeira para esse objetivo. O valor guardado é investido em um CDB do Itaú Unibanco, com rendimento de 100% do CDI desde o 1º dia útil. A funcionalidade remove barreiras de acesso, oferecendo opção de aplicação acessível sem exigir conhecimentos iniciais aprofundados sobre investimentos.
- **Programa de organização financeira:** Programa voltado a clientes que recebem salário pelo Itaú Unibanco. São disponibilizados conteúdos sobre organização

financeira, investimentos, relação emocional com dinheiro, entre outros temas, além de palestras sobre saúde financeira ou investimentos.

Com os procedimentos e iniciativas presentes na agenda de Relacionamento com Clientes, o Itaú reforça seu compromisso com padrões de atuação orientados pela ética, transparência e adequação das soluções visando o bem-estar, a saúde financeira e o desenvolvimento de capacidades e conhecimento sobre gestão financeira de clientes.