



Política de Educação Financeira

1. Definição

Este normativo interno, denominado como Política de Educação Financeira do Banco Fibra, apresenta princípios e diretrizes a serem adotadas no relacionamento com clientes e usuários pessoas naturais, incluindo empresários individuais, com objetivo de conscientizar este público a fim de que suas operações sejam fundamentadas por decisões financeiras conscientes e bem-informadas, visando motivar a formação de reserva financeira, a organização e o planejamento do orçamento pessoal e familiar, bem como minimizar o potencial risco de inadimplimento e superendividamento.

Dessa forma, essa política está alinhada ao posicionamento institucional do Banco Fibra no âmbito das diretrizes estabelecidas pela Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (“PR SAC”), e pela Política Institucional Relacionamento com Clientes e Usuários.

2. Público-Alvo

- Banco Fibra S.A. (“Banco Fibra” ou “Banco”).

3. Diretrizes Institucionais

A ética profissional, a responsabilidade, o compromisso social, a transparência nas relações com clientes e usuários, orientam as atividades no Banco Fibra, que vem construindo uma agenda estratégica de negócios, alinhada às preocupações crescentes da sociedade em considerar tais práticas para promoção do desenvolvimento sustentável e perene dos negócios da Instituição.

Nesse contexto, a Política de Educação Financeira considera, para as diversas fases do relacionamento da Instituição com seus clientes e usuários, a definição de rotinas e procedimentos para implementação de medidas de educação financeira, as quais devem ser compatíveis com a natureza das atividades e modelo de negócios, e com a complexidade dos produtos e serviços oferecidos aos clientes e usuários do Banco Fibra, norteados pelos princípios de:

- **Valor para o cliente:** proporcionar, aos clientes e usuários, ações de educação financeira úteis e relevantes para sua vida financeira;
- **Amplio alcance:** garantir acesso às medidas de educação financeira ao universo de seus clientes e usuários; e
- **Adequação e personalização:** disponibilizar conteúdo e ferramentas, em linguagem, canal e momento mais adequados frente às características e às necessidades de educação financeira dos clientes e usuários, considerando o perfil do público-alvo.

3.1. Abrangência da política

As diretrizes e medidas detalhadas nesta política são especialmente direcionadas aos clientes e usuários pessoas naturais que realizam investimentos no Banco Fibra, bem como aos clientes e usuários categorizados como empresários individuais e que contratem operações de crédito, considerando-se as diversas fases de relacionamento com o Banco.

3.2. Fases de relacionamento

Visando promover o atendimento das diretrizes dessa política de forma personalizada, são consideradas as diversas fases de relacionamento com os clientes e usuários, compreendendo as etapas pré-contratuais, contratuais, ocorrência de inadimplemento, renegociação e manutenção do relacionamento.

3.3. Ações e medidas aplicáveis

Tendo como balizador a complexidade e características das operações realizadas com clientes e usuários, considerando-se as diversas fases de relacionamento, poderão ser adotados os seguintes tipos de ações e medidas de educação financeira:

- **Informativas:** medidas que possuem caráter de orientar, de forma geral, com relação ao tema educação financeira, entretanto, sem que haja uma metodologia didática estruturada, como por exemplo, comunicações em redes sociais, envio de e-mails direcionados aos públicos de interesse, comunicação específica sobre o tema no site institucional, blogs, entre outros;
- **Instrutivas:** medidas que visam promover ações educacionais mais diretivas, como por exemplo, realização de cursos e palestras, lives, disponibilização de vídeos educacionais, entre outros; e
- **Personalizadas:** medidas que visam direcionar clientes e usuários para atingirem seus objetivos, como por exemplo, comunicações personalizadas de acordo com a fase de relacionamento através dos canais transacionais do Banco, incentivo ao uso de gerenciadores de finanças pessoais, estudos comportamentais para identificação de ações específicas à fase de relacionamento do cliente, entre outros.

4. Governança e atribuição de responsabilidades

A governança em relação às questões de educação financeira é tratada de forma transversal no Banco Fibra e conta com os seguintes comitês e respectivas atribuições, sem prejuízo de outras atribuições, conforme os normativos internos da instituição:

4.1. Comitês de Produtos, Clientes e Dados

- Priorizar e aprovar a proposição de ações de educação financeira a serem aplicadas aos clientes e usuários elegíveis; e

- Analisar os indicadores e métricas apresentados, de forma a avaliar a necessidade de recomendação de ações para correção de eventuais ineficiências, visando garantir a efetividade dessa política.

4.2. Diretor responsável pela Política de Educação Financeira

- Propor ações e medidas de educação financeira compatível aos clientes e usuários e suas diversas fases de relacionamento, considerando-se a complexidade dos produtos e serviços ofertados pelo Banco Fibra;
- Implementar, monitorar e realizar avaliação das ações com vistas à efetividade da política;
- Promover ações de engajamento e divulgação voltados para educação financeira.

4.3. Área de Clientes e Marketing

- Apoiar e auxiliar as áreas de negócio no mapeamento, implementação e mensuração dos resultados das medidas de educação financeira; e
- Apresentar, anualmente, ao Comitê de Produtos, Clientes e Dados, indicadores e métricas que subsidiem o monitoramento da efetividade das ações tomadas para cumprimento da política de Educação Financeira, os quais devem conter métricas operacionais e estratégicas, considerando-se, por exemplo, quantidade e tipo de ações tomadas, alcance das medidas implementadas e recomendações de melhorias.

4.4. Área de Compliance & Sustentabilidade

- Considerar, no escopo do Planejamento Estratégico de Sustentabilidade, avaliação de ações voltadas para a educação financeira de clientes e usuários, compreendendo, inclusive, medidas personalizadas; e
- Apoiar a área de Clientes e Marketing na identificação, implementação e mensuração dos resultados de medidas de educação financeira.

4.5. Área de Produtos

- Avaliar a necessidade de aplicação de medidas de educação financeira, quando da criação ou renovação de produtos que visem a oferta à clientes pessoas naturais e empresários individuais, devendo o resultado da referida avaliação ser registrado no Formulário de Aprovação de Produtos ("FAP").

4.6. Áreas de Negócios

- Apoiar a proposição pela área de Clientes e Marketing de medidas de educação financeira, viabilizar a implementação das ações priorizadas bem como a mensuração dos respectivos resultados na forma e no prazo acordado.