

Política de Educação FinanceiraNúmero: **165738** Versão: **1****Política**Publicado em: **21/08/2025****Resumo do Documento:**

Esta política apresenta diretrizes institucionais para o desenvolvimento e oferta de iniciativas que contribuam para a educação financeira de clientes e usuários de produtos e serviços.

Áreas Envolvidas:

Compliance Regulatorio (19125), CRM MASSIVO (18886), Impacto Social 1 (29124), Oferta de Valor & CX (28429), Pessoas, Cultura e Ouvidoria (00032), Riscos (00267)

1 INTRODUÇÃO

2 OBJETIVOS DA POLÍTICA

3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

4 PRINCÍPIOS

5 PÚBLICO-ALVO

6 ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

6.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO DESENHO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

6.2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

6.3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO PÓS-VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

6.4 EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PÚBLICO INTERNO

7 GOVERNANÇA

8 ALCANCE, RESULTADOS E APRIMORAMENTOS

9 DISSEMINAÇÃO INTERNA

10 PERÍMETRO

11 APROVAÇÃO

12 REVISÃO PERIÓDICA

13 VIGÊNCIA

Este PDF foi gerado
através do visualizador de
documentos

1 INTRODUÇÃO

A boa gestão de recursos financeiros é condição para construir patrimônio, atingir estabilidade econômica e garantir um futuro financeiramente seguro. No Brasil, observa-se uma realidade bem diferente, em que grande parcela da população enfrenta situações de endividamento, não têm o hábito de poupar e têm pouco acesso a conteúdo, informações e ferramentas que os ajudem a honrar seus compromissos e os apoiem no processo de conquistar seus objetivos de vida.

A educação financeira da população, mais do que uma necessidade de cada indivíduo, também é fundamental para o crescimento sustentável dos nossos negócios. Ela proporciona uma relação mais saudável e próspera para ambas as partes, uma vez que:

- Contribui para a redução de riscos: clientes mais conscientes são mais propensos a tomar decisões mais responsáveis, reduzindo riscos de inadimplência;
- Contribui para o aumento do nível de investimentos: clientes com melhores práticas de gestão financeira conseguem poupar mais e realizar investimentos, planejando seu futuro de forma mais adequada.
- Contribui para melhor reconhecimento e postura diante de golpes e fraudes que trazem prejuízos ao Santander e aos seus clientes;
- Possibilita maior engajamento do cliente com a instituição bancária: relações de transparência favorecem a construção de relações mais sólidas, aumentando os níveis de confiança e, consequentemente, as possibilidades de consumo adequado de produtos e serviços bancários, de forma consciente e assertiva.

Considerando a natureza de nossos negócios, a representatividade do Santander e de suas Coligadas no Brasil, nossa responsabilidade social e propósito de 'contribuir para que pessoas e negócios prosperem', disponibilizamos e disseminamos conteúdos e ferramentas, contribuindo para a educação financeira de clientes e usuários.

Reforçando a importância e relevância do tema, o Banco Central, em 21/12/2023, publicou a Resolução Conjunta nº 8, que dispõe de medidas a serem adotadas por instituições financeiras acerca do tema da Educação Financeira, incluindo a publicação de uma Política de Educação Financeira, conforme descrito no Art. 3º da Resolução.

2 OBJETIVOS DA POLÍTICA

Esta política é elaborada em consonância com a **Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática - PRSAC** e com a **Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Financeiros** e tem por objetivos:

1. Definir o conceito de educação financeira;
2. Definir princípios para as ações de educação financeira;

3. Estabelecer diretrizes para a realização de ações de educação financeira na jornada dos clientes;
4. Estabelecer diretrizes para a inserção de elementos de educação financeira no desenvolvimento de produtos e serviços;
5. Definir modelo de governança do tema;
6. Prever o acompanhamento das ações e sua efetividade;

3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O Santander e suas coligadas baseiam-se na definição de educação financeira da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)^[1]: *"processo pelo qual consumidores e investidores melhoram sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informação, instrução ou aconselhamento objetivo, desenvolvem habilidades e confiança necessárias para se tornarem mais cientes dos riscos e oportunidades financeiras, para fazerem escolhas baseadas em informação, para saberem onde procurar ajuda e para realizarem outras ações efetivas que melhorem o seu bem-estar financeiro."*

É por meio de práticas de Educação Financeira que conseguiremos contribuir para a ampliação de conhecimentos e para o melhor comportamento financeiro de nossos clientes diante das necessidades e escolhas do dia a dia.

As práticas de Educação Financeira devem ter como objetivo final a saúde e o bem-estar financeiro e, para isso, devem contribuir para que os indivíduos:

- I - Compreendam melhor conceitos financeiros e econômicos;
- II - Organizem e planejem seu orçamento pessoal e familiar;
- III - Formem poupança e resiliência financeira;
- IV - Previnam o inadimplemento de operações e o superendividamento;
- V - Acessem produtos adequados as suas necessidades e com melhor custo-benefício;
- VI - Conquistem estabilidade, crescimento das finanças e aumento do poder de compra;
- VII - Conquistem a segurança e a liberdade financeira;
- VIII - Tenham mais conhecimentos sobre prevenção a golpes e fraudes.

^[1] OECD (2005), Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness

4 PRINCÍPIOS

As ações de Educação Financeira devem ser desenvolvidas de acordo com os seguintes princípios norteadores:

I - Ética e Responsabilidade: as orientações financeiras e a disponibilização de materiais

informativos e educativos deverão ter como foco o bem-estar financeiro do cliente, sem colocar interesses pessoais e comerciais à frente;

II - Transparência: as ações de educação financeira na jornada do cliente devem incluir informações claras e precisas sobre produtos e serviços;

III - Diligência: as ações de educação financeira devem ser pautadas em dados contextuais e análise das reais necessidades e desafios dos clientes e usuários;

IV - Integração à oferta de valor: as ações serão consideradas uma oferta não financeira, aportando ainda mais valor aos clientes e usuários, de forma útil, relevante e que estejam disponibilizadas nas diversas fases do relacionamento com o cliente e usuários;

V - Amplo alcance: as ações devem ser oferecidas de forma abrangente, alcançando, de diferentes maneiras, clientes e usuários pessoas naturais, incluindo microempreendedores e empresários individuais;

VI- Adequação e personalização: devem ser disponibilizados conteúdos e ferramentas específicas para os diferentes perfis e necessidades de clientes e usuários, adaptando o conteúdo, o canal e linguagem que melhor dialogam com o público final da ação, considerando também o nível de complexidade e risco dos produtos e serviços financeiros;

V - Avaliação e aprimoramento: as ações devem ter sua efetividade mensurada frente aos objetivos da presente política com propostas de melhorias e ações de aperfeiçoamento contínuo.

Este PPE integra sua política de privacidade e documentos

5 PÚBLICO-ALVO

As ações de educação financeira desenvolvidas pelo Santander e suas coligadas, respeitando-se suas particularidades, visando melhorar a saúde e o bem-estar financeiro dos seus clientes e usuários, poderão ser direcionadas para os clientes e usuários em geral, pessoas físicas, incluindo microempreendedores individuais.

6 ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

As ações de Educação Financeira poderão se dar por meio do compartilhamento de conteúdos e disponibilização de ferramentas que apoiem clientes e usuários a fazer a boa gestão de seus recursos. Deverão acontecer durante as diversas fases do relacionamento com o cliente e poderão abordar diferentes tipos de estratégias:

i) Informativas: terão por objetivo chamar a atenção para algum assunto que se pretende dar destaque, sensibilizar e apontar caminhos para aprofundamento dos temas em questão. Exemplos: compartilhamento de links e posts, indicação e disponibilização de materiais, textos, artigos, envio de mensagens e e-mails.

ii) Instrutivas: terão por objetivo transmitir conteúdo de forma mais aprofundada,

contribuindo para maiores conhecimentos e habilidades. Exemplos: realização de encontros, palestras, podcasts, cursos, disponibilização de metodologias e tecnologias pedagógicas.

iii) Personalizadas: terão por objetivo dialogar diretamente com as necessidades individuais e particulares de cada cliente durante sua jornada, contribuindo para a mudança de comportamentos. Exemplos: mensagens personalizadas, assessorias e atendimentos individuais, ferramentas, assistentes e planejadores financeiros, sinalizações e faróis de saúde financeira.

Sobre as fases do relacionamento com clientes e usuários, estas compreendem desde a etapa de desenho dos produtos e serviços financeiros, passando pela sua oferta e pelo pós-venda.

6.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO DESENHO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

O tema está previsto no item 6.6 do Manual de Aprovação e Produtos e cada área responsável pelo desenvolvimento de produtos e serviços deve indicar as estratégias a serem executadas para contribuir com a ampliação de conhecimento dos clientes e usuários sobre Educação Financeira, de forma personalizada a cada produto, serviço ou canal.

As propostas de produto e serviços que forem submetidas à aprovação do Comitê Local de Comercialização (CLC), deverão observar e seguir os princípios desta política, no qual a área responsável (Sustentabilidade) fará a análise das proposições e, em caso de necessidade, recomendações para aprimoramento das estratégias.

6.2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Para garantir o bem-estar financeiro dos clientes e usuários, as ofertas de produtos e serviços deverão seguir as orientações dessa política e da Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Financeiros e ser acompanhadas de:

- Informações claras, transparentes e úteis para a tomada de decisão, considerando: tipo e finalidade do produto e/ou serviço, diferenciais, prazos, taxas e tarifas envolvidas.
- Informações sobre o motivo da oferta do produto e sobre como o produto pode atender as necessidades e demandas do cliente e usuário.

Para tanto, será nosso dever obter as informações necessárias sobre o perfil do cliente e usuário, seus objetivos e tolerância ao risco.

6.3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO PÓS-VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Para promover a educação financeira como um processo contínuo, deverão ser

identificadas oportunidades no pós-venda de produtos e serviços. Isso poderá incluir o fornecimento de recursos, como materiais orientativos, indicação de conteúdos e suporte aos clientes e usuários após a contratação, com orientações sobre como gerenciar suas finanças de forma eficaz e incentivando práticas responsáveis de consumo e investimento.

6.4 EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PÚBLICO INTERNO

Para atender os requisitos desta Política, e criar condições para manter equipes financeiramente saudáveis, o Santander e suas coligadas deverão desenvolver ações de desenvolvimento dos seus colaboradores, proporcionando materiais, ferramentas e conteúdos necessários para que tenham conhecimento sobre Educação Financeira.

7 GOVERNANÇA

A Educação Financeira no Santander é gerida pela Diretoria PF - Varejo, em parceria com a área de Impacto Social, com apoio e orientação de Compliance. As áreas dividem as seguintes funções:

Diretoria PF - Varejo:

- Representar o Santander nos temas de Educação Financeira junto ao Banco Central;
- Definir, conjuntamente com Impacto Social, a estratégia de atuação para garantir a educação e a saúde financeira dos clientes e usuários;
- Implementar ações de Educação Financeira nas diferentes fases do relacionamento com o cliente
- Apoio na implementação das diretrizes definidas no Comitê de Experiência do Cliente - CXC
- Garantir a permanência e continuidade do Fórum de iniciativas de Saúde Financeira e o acompanhamento das ações e efetividade

Impacto Social:

- Definir, conjuntamente com a Diretoria PF - Varejo, a estratégia de atuação de Educação Financeira;
- Definir diretrizes para a política de Educação Financeira;
- Apoiar no desenho de avaliação de resultados das estratégias de Educação Financeira;
- Realizar ações de Educação Financeira para público geral e comunidades.

Compliance:

- Desafiar a governança e a conformidade das ações
- Suportar as áreas envolvidas, assegurando que os conteúdos estejam alinhados as normas e diretrizes regulatórias
- Garantir que o tema de Educação Financeira seja observado nos comitês estratégicos como CLC (Comitê Local de Comercialização), garantindo que o item

relacionado à Educação Financeira seja devidamente preenchido no formulário do produto de aprovação do produto e no CXC (Comitê de Experiência do Cliente), que funcionará como órgão de governança dessa política, mediante pautas periódicas.

- Acompanhar a implementação de plano de ação

Para além da governança formal do tema, a Educação Financeira dos clientes e usuários deve ser uma preocupação e constar no planejamento de todas as áreas que tenham envolvimento com o desenvolvimento de produtos, serviços e conteúdos e que tenham qualquer tipo de relacionamento com o cliente, como:

Segmentos PF Especial e Select

Atua no desenvolvimento e evolução de funcionalidades digitais voltadas à gestão financeira. Essas soluções oferecem aos clientes ferramentas práticas para monitorar, planejar e tomar decisões mais conscientes sobre sua vida financeira, reforçando o compromisso com a autonomia e a inclusão financeira.

Atua também na criação, oferta e atualização de produtos com foco educativo, garantindo que a comunicação seja acessível e relevante para todos os públicos, além de ser responsável também por disseminar conteúdos e iniciativas de Educação Financeira em larga escala.

Pessoas e Ouvidoria

A área de Pessoas é parceiro estratégico da área de Impacto Social na oferta de capacitação contínua dos colaboradores pela Academia Santander, iniciativas de engajamento interno e disseminação dos pilares de saúde financeira.

A Ouvidoria, exerce um papel fundamental como canal de escuta qualificada, com foco na resolução de conflitos e no atendimento de clientes atritados e direciona clientes para conteúdo de Educação Financeira.

CRM

Gestão da base de clientes, com foco na segmentação e na personalização das comunicações. Realiza o planejamento, a execução e o monitoramento de campanhas educativas e orientativas, assegurando que os conteúdos estejam alinhados ao perfil e ao momento de vida dos clientes. Busca promover uma jornada contínua de aprendizado financeiro, incentivando o uso consciente de produtos, serviços e funcionalidades adequadas às suas necessidades.

Riscos

Responsável pela evolução das políticas de crédito que contribuem com uma abordagem preventiva, utilizando dados para identificar perfis de clientes com maior exposição ao risco de crédito.

Para coordenar os esforços e garantir alinhamento entre as ações, fica estabelecido o Fórum de Bem-estar Financeiro, composto por essas áreas. O fórum é responsável por

promover a discussão do tema, envolvendo e articulando processos e desenvolvendo estratégias que contemplem durante as diversas fases do relacionamento com o cliente.

8 ALCANCE, RESULTADOS E APRIMORAMENTOS

As ações de Educação Financeira deverão ser mensuradas, considerando seu alcance e resultados obtidos.

1. Alcance:

Todas as ações de Educação Financeira deverão ser reportadas à equipe de Sustentabilidade, considerando:

- Tipo de ação realizada
- Perfil do público para o qual se destina a ação
- Periodicidade da ação
- Quantidade de pessoas alcançadas

2. Resultados:

Deveremos adotar práticas que nos permitam mensurar a efetividade e o resultado das ações de Educação Financeira. Para isso, deverão ser desenvolvidos indicadores respeitando as particularidades de cada tipo de estratégia de ação.

3. Aperfeiçoamento

As ações de Educação Financeira deverão ser constantemente revisadas e de acordo com as avaliações dos resultados realizadas deverão ser propostas melhorias e aperfeiçoamentos.

9 DISSEMINAÇÃO INTERNA

O Santander se compromete com a disseminação interna da Política de Educação Financeira, sendo que o documento será publicado no portal de normas e estará disponível em espaço corporativo, além de ser objeto de divulgação específica por meio dos canais eletrônicos de comunicação do Santander, logo após sua entrada em vigor.

A Política de Educação Financeira está à disposição do Banco Central do Brasil.

10 PERÍMETRO

Esta política se aplicará a todas as empresas do Conglomerado Prudencial.

11 APROVAÇÃO

A aprovação da Política de Educação Financeira e de suas eventuais alterações são

responsabilidade do Conselho de Administração, cabendo à Diretoria estatutária responsável a gestão do processo de implementação da Política e sua manutenção, propondo, inclusive a sua revisão e submissão ao Conselho de Administração.

12 REVISÃO PERIÓDICA

O conteúdo da Política de Educação Financeira será objeto de avaliação e revisão, no mínimo, a cada 2 anos, pela Diretoria responsável, que submeterá as alterações à aprovação do Conselho de Administração.

13 VIGÊNCIA

Esta política foi aprovada pelo Conselho de Administração do Santander em 18 de junho de 2024, entrando em vigor imediatamente e cabendo à Diretoria responsável sua implementação e a submissão de suas revisões periódicas ao Conselho de Administração para aprovação de alterações.

Diretoria Responsável: VP Institucional

Área Responsável: Sustentabilidade Impacto Social

**Este PDF foi gerado
através do visualizador de
documentos**