

REGRAS E PROCEDIMENTOS RELACIONADOS À REMUNERAÇÃO DA ATIVIDADE DE DISTRIBUIÇÃO DE ATIVOS FINANCEIROS E VALORES MOBILIÁRIOS DO CONGLOMERADO ITAÚ UNIBANCO.

No Itaú, levamos a sério o feedback dos nossos clientes e respeitamos o conceito de centralidade no cliente, hoje simbolizado na campanha "feito com você". Essas são premissas que nos fazem crescer e valem para todas as áreas de negócio. Na oferta de ativos financeiros e valores mobiliários, evoluímos muito nos últimos anos, revisamos taxas, aumentamos a oferta de produtos de terceiros e integramos os serviços de banco e corretora.

Nosso modelo de distribuição para clientes dos segmentos de Varejo busca dar transparência ao **priorizarmos metas da força de vendas não atreladas a produtos ou antecipação de comissionamento**, isso significa que a receita gerada por determinado produto não influencia diretamente sua oferta. **Na remuneração das equipes atreladas a investimentos há impacto relevante de fatores como: satisfação dos clientes e a rentabilidade de seu portfólio de investimentos, independentemente de ser produto próprio ou de terceiros.**

Antes de nossas sugestões chegarem aos clientes, existe a análise completa do perfil do cliente, *suitability* do produto, momento do mercado e de vida do cliente, dos riscos que o cliente já possui em sua carteira, dentre diversas análises e combinações, que podem passar por ilimitadas simulações, para chegar nos produtos que melhor atendam as necessidades e objetivos de cada um dos clientes. Isso evidencia nossa centralidade no cliente, proporcionando a longevidade e transparência no relacionamento com os clientes.

Seguimos nesse modelo, pois as equipes de distribuição, como regra, são independentes das áreas de Estruturação de Produtos Proprietários, Tesouraria e Asset Management e têm como objetivo **maximizar a rentabilidade da carteira dos clientes, considerando risco aceitável para cada perfil e busca do melhor retorno, independentemente do emissor/gestor do produto oferecido.**

Nossa recomendação de produtos é baseada em governança que observa critérios e métodos para que nossos clientes formem portfólio adequado ao seu perfil de risco, fundamentado em análises técnicas quantitativas e qualitativas, análises de mercado e cenário econômico.

Mas, o mais importante para os nossos clientes é saber que o principal incentivo dos profissionais que oferecem produtos próprios ou terceiros é o alinhamento com os interesses do cliente. E o que isso significa? **Significa que a remuneração desses profissionais prioriza critérios relacionados à performance da carteira alinhada ao perfil de risco do cliente, e à satisfação dos clientes e não produtos específicos por conta da sua remuneração.** Esses são os fatores com maior peso na remuneração dos profissionais responsáveis pela distribuição.

Entendemos que o alinhamento de interesses desses profissionais com clientes é um incentivo que reduz, significativamente, os conflitos de interesses na atividade de distribuição.

No Atacado, nosso modelo de distribuição também segue a condição de não atrelar metas a produtos específicos e trabalhar na oferta mais adequada às necessidades do cliente. Na remuneração das equipes de distribuição entram fatores como a satisfação dos clientes, de forma que a receita gerada por um produto não seja um fator de direcionamento da oferta. As sugestões são feitas seguindo os processos de *suitability*, adequando assim a oferta aos objetivos e necessidades dos clientes.

Nosso portfólio de produtos inclui: Fundos de Investimentos, CDBs, Debêntures, Letras Financeiras, CRI, CRA, LIG, LCI, LCA, COE, FIDCs, FII, FIP, Ações, BDRs, ETFs, Operações

Compromissadas e Derivativos. **A oferta inclui produtos próprios e de terceiros, caracterizando assim a existência de concorrência entre produtos.** Assim, cabe ao cliente tomar a decisão de escolher o produto mais adequado ao seu apetite de risco e objetivos financeiros, seja para maximização de rentabilidade, liquidez ou proteção contra riscos de mercado.

Vale mencionar que sugerimos produtos alinhados ao perfil do cliente (*suitability*). Contudo, se o cliente optar por investir em um produto inadequado ao seu perfil, pensando na centralidade no cliente, alertamos sobre o desenquadramento de sua carteira de investimentos e/ou perfil e coletamos e registramos a anuência do cliente neste sentido.

A seleção desse portfólio utiliza modelos econométricos de projeção de resultados considerando cada produto. Essas projeções são comparadas com o comportamento esperado dos principais benchmarks. Os custos de transação, tais como taxas de administração e corretagem podem impactar negativamente o resultado esperado dos produtos. Dessa forma, produtos com custo mais elevado para o cliente podem ter seu resultado esperado reduzido e, conseqüentemente, menor chance de serem sugeridos. Por outro lado, os produtos de investimentos que projetam melhor rentabilidade para as carteiras já formam uma espécie de “carteira recomendada”. Essa carteira é amplamente difundida na força especializada de vendas e alimenta os mecanismos automáticos de sugestão via internet banking e aplicativos no celular.

Independentemente da remuneração da força de vendas, a composição da receita do conglomerado relacionada à distribuição é composta por:

- i. Nos Produtos emitidos ou administrados pelo conglomerado Itaú Unibanco, a receita de distribuição será formada por parcela da taxa de administração do Fundo de Investimentos ou parcela do próprio *spread* do ativo financeiro ou valor mobiliário.
- ii. Nos Produtos emitidos ou administrados por terceiros, a receita será formada:
 - a. por uma parcela da taxa administração, a título de distribuição direta ou por conta e ordem, em caso de fundos, ou
 - b. por uma taxa de distribuição, se a negociação for no mercado primário (quando aplicável), ou ainda,
 - c. por *spread* (percentual) sobre a taxa/valor do produto, nos demais casos.
 - d. pela taxa de corretagem, aplicável apenas aos clientes atendidos via mesa de operações.

Em que pese os mitigadores de conflitos aplicados para a formação da remuneração das equipes de distribuição do conglomerado, as formas de remuneração do conglomerado descritas acima podem estar sujeitas a potenciais conflitos de interesse como, por exemplo, sugerir (i) produtos de emissão ou sob gestão do conglomerado; ou (ii) produtos que geram maior remuneração ao conglomerado.

Apesar dos potenciais conflitos de interesses, o Itaú busca identificá-los previamente, possuindo políticas e controles internos que visam formas efetivas de tratá-los e mitigá-los, de forma a prevalecer a melhor alternativa disponível ao cliente. Grande exemplo disso é o alinhamento entre o incentivo da força de venda com os interesses do cliente, conforme bem explorado acima.

Orientações sobre Educação Financeira

Consulte o portal de educação financeira da ANBIMA “Como Investir”:

Link: www.comoinvestir.com.br