



SAÚDE FINANCEIRA PARA TODAS AS PESSOAS

RELATÓRIO DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS EXPERIAN 2021

BEM-VINDO AO RELATÓRIO DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS DA EXPERIAN 2021

Este relatório expõe nossa governança e estratégia de negócios sustentáveis.

O principal foco deste relatório é nossa prioridade estratégica de melhorar a saúde financeira para todas as pessoas explicando como ajudamos por meio do nosso core business, produtos de inovação social e investimentos na comunidade. O relatório inclui exemplos em cada frente, dados sobre alcance e impacto das ações e estudos de caso que mostram nossas iniciativas em prol da saúde financeira em ação.

Incluimos mais informações sobre fatores ambientais, sociais e de governança (ESG) em nosso Relatório Anual, que descreve nossa abordagem e desempenho em relação aos outros elementos da nossa estratégia de negócios sustentáveis - tratar os dados com respeito, inspirar e apoiar nossas pessoas, trabalhar com integridade e proteger o meio ambiente.

Nosso relatório de 2021 abrange o exercício de abril de 2020 a março de 2021 (chamado de "este ano" ou "2020/21").

USE ESTE LINK PARA ACESSAR NOSSO RELATÓRIO ANUAL QUE CONTÉM INFORMAÇÕES SOBRE NOSSOS TÓPICOS ESG NAS PÁGINAS 38 A 57 (MATERIAL DISPONÍVEL EM INGLÊS)



INTRODUÇÃO

Mensagem do CEO	3
Destaques de 2020/21	4
Nossa estratégia	5



MELHORANDO A SAÚDE FINANCEIRA PARA TODAS AS PESSOAS

Por que a saúde financeira é importante	7
Nosso papel como bureau de crédito	8
Como apoiamos na melhora da saúde financeira	9
United for Financial Health	11
Melhorando a saúde financeira por meio do nosso core business	15
Melhorando a saúde financeira por meio da inovação social	20
Melhorando a saúde financeira por meio de investimentos na comunidade	25
Olhando para o futuro	28



GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA 30

Nossa abordagem	31
Identificando nossas prioridades	32
Governança	34
Engajamento com stakeholders	35
Dados de desempenho	39
Sustainability Accounting Standard Board Index (SASB)	50

Esta é a versão traduzida do nosso relatório, que foi originalmente elaborado em inglês. Todos os cuidados necessários foram tomados a fim de garantir que esta tradução seja a representação mais fiel e precisa do original. Entretanto, para todas as formas de interpretação das informações, visões e opiniões, a versão original em inglês prevalecerá sobre esta tradução.



QUEREMOS OUVIR SUA OPINIÃO

Agradecemos pelo feedback sobre nossa abordagem de negócios sustentáveis, desempenho e relatórios. Entre em contato conosco através do e-mail sustainablebusiness@experian.com.

CRIANDO UM FUTURO MELHOR



A COVID-19 tem dominado nossas vidas há mais de um ano. Assim como os outros, não sabíamos o que 2020/21 nos reservaria quando a pandemia nos atingiu. Mas confiamos na resiliência da nossa empresa e tomamos a decisão de continuar investindo no longo prazo.

O trabalho árduo e o comprometimento incríveis de colegas no mundo todo permitiu que a Experian não apenas sobrevivesse, mas prosperasse. Proporcionar crescimento ao mesmo tempo em que fazemos a coisa certa para a sociedade e nossos clientes, consumidores(as), colegas e comunidades é algo que me deixa realmente orgulhoso - principalmente no ano mais extraordinário de nossas vidas.

Este ano ultrapassamos a marca de 100 milhões de relacionamentos diretos com consumidores(as) em todo o mundo e entregamos mais inovações para apoiar as pessoas por meio do nosso core business, com o lançamento de produtos como o Experian Boost, no Reino Unido, e Serasa Score Turbo, no Brasil.

Também lançamos mais produtos de Inovação Social planejados especificamente para oferecer benefícios à sociedade. Através desse programa, alcançamos 61 milhões de pessoas desde 2013 e nossa meta é de 100 milhões até 2025.

Na medida em que a pandemia se alastrava em 2020, avançamos com dados e análises para apoiar governos, serviços de saúde e iniciativas nacionais de resposta a emergências por meio de ações importantes como o COVID Radar, no Brasil.

Logo ficou claro que o impacto não seria apenas na saúde física, mas também na financeira - e seria de longo alcance, atingindo pessoas no mundo todo. Analisamos como poderíamos usar nossa *expertise* e recursos para ajudar comunidades vulneráveis durante a crise e nos concentramos na educação financeira como a melhor forma de fortalecer a resiliência e apoiar o caminho dessas comunidades rumo à recuperação.

Com o lançamento do nosso programa United for Financial Health, estabelecemos rapidamente 11 parcerias com organizações não governamentais (ONGs) em nossos maiores mercados para oferecer educação financeira direcionada para algumas das comunidades mais afetadas pela COVID-19. No final do ano, alcançamos 35 milhões de pessoas, mais que o dobro de nossa meta inicial de 15 milhões, e não vamos parar por aí. Nossa meta é alcançar 100 milhões de pessoas até 2024.

É um privilégio liderar uma empresa com propósito social em sua essência. Estamos revelando o poder dos dados para criar um futuro melhor para sociedades, consumidores(as), clientes, colegas e comunidades no mundo todo. Resumindo, estamos usando os dados para fazer o bem.

Mas só podemos fazer isso se nossos *stakeholders* tiverem a confiança de que trataremos os dados com respeito e agiremos com responsabilidade apoiando nossas pessoas, trabalhando com integridade e fazendo nossa parte para proteger o meio ambiente.

Este ano a segurança da informação e o bem-estar de nossas pessoas continuaram sendo nossas maiores prioridades conforme nos adaptamos a novas formas de trabalho durante a pandemia. Definimos novas metas para aumentar a diversidade em nossos negócios e definimos metas baseadas na ciência como parte de nosso objetivo de nos tornarmos uma operação carbono neutro até 2030. Este ano também começamos a publicar relatórios sobre questões relevantes de ESG usando o modelo SASB.

Espero que tenhamos mais conquistas para relatar no próximo ano.

Brian Cassin
CEO Global da Experian
Junho 2021



“É um privilégio liderar uma empresa com propósito social em sua essência. Estamos revelando o poder dos dados para criar um futuro melhor para sociedades, consumidores(as), clientes, colegas e comunidades no mundo todo. Resumindo, estamos usando os dados para fazer o bem.”

Brian Cassin
CEO Global da Experian

DESTAQUES DE 2020/21

Melhorando a saúde financeira das pessoas no mundo todo

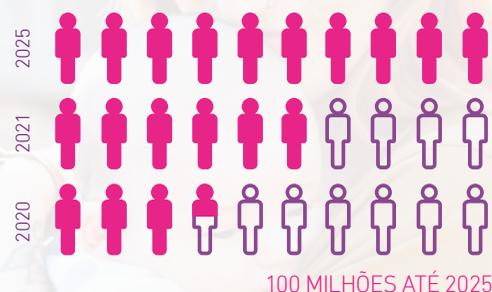
United for Financial Health

Nosso programa United for Financial Health beneficiou 35 milhões de pessoas nas comunidades mais afetadas pela COVID-19 por meio de parcerias de educação financeira com 11 ONGs nos EUA, Reino Unido e Brasil.



Inovação Social

Nossos produtos de inovação social beneficiaram 61 milhões de pessoas desde 2013 – nos aproximando de nossa meta de 100 milhões até 2025 – e geraram US\$ 103 milhões em receita.



Experian Boost

6,7 milhões de pessoas nos EUA se conectaram ao Experian Boost desde março de 2019, o que permitiu que 4,5 milhões de pessoas melhorassem instantaneamente seu score adicionando pagamentos em dia a seus perfis. Em novembro de 2020, lançamos o Experian Boost, no Reino Unido.



Tratando os dados, as pessoas e o meio ambiente com respeito

Segurança em Primeiro Lugar

Mantivemos nossos rígidos controles de segurança da informação e a cultura de Segurança em Primeiro Lugar à medida que nos adaptamos às novas formas de trabalho durante a pandemia e respondemos às ameaças cibernéticas que surgiram.

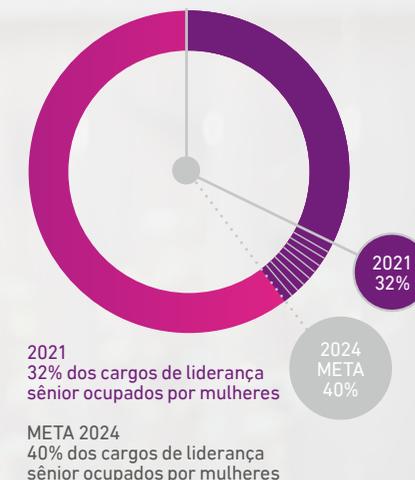


A jornada até o carbono neutro

Reduzimos nossa emissão de carbono em 58% este ano e definimos metas baseadas na ciência como parte de nossa ambição de nos tornarmos carbono neutro em nossas próprias operações até 2030. Apoiamos publicamente a Força-Tarefa para Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima e tivemos uma classificação de liderança 'A-' do CDP (Carbon Disclosure Project). Nossa emissão de carbono total neste ano foi de 16,8 mil toneladas de CO₂, comparada com 40,3 mil toneladas no ano anterior.

Diversidade, equidade e inclusão

Renovamos nossa estratégia de diversidade, equidade e inclusão (DEI) e definimos metas públicas para melhorar a diversidade de gênero. Em 2021 estamos publicando um relatório global de DEI pela primeira vez.



USE ESTE LINK PARA ACESSAR MAIS DETALHES SOBRE NOSSO PROGRESSO NAS PRÁTICAS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA NA PÁGINA 38 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL (MATERIAL DISPONÍVEL EM INGLÊS)



NOSSA ESTRATÉGIA

Estamos construindo um futuro melhor para consumidores(as), nossos clientes, nossas pessoas e as comunidades. Esse é o nosso propósito.

Nossa estratégia de negócios sustentáveis apoia esse propósito à medida que revelamos o poder dos dados na criação de oportunidades para pessoas e empresas. O gráfico ao lado expõe nossas prioridades de negócios sustentáveis.

Melhorar a saúde financeira é nossa prioridade estratégica, porque é assim que podemos usar nossos dados e conhecimento para fazer grande diferença para a sociedade. É o foco principal deste relatório. A seção sobre práticas Ambientais, Sociais e de Governança (ESG) do nosso Relatório Anual inclui mais informações sobre nossa abordagem e desempenho nos outros elementos de nossa estratégia de negócios sustentáveis.

USE ESTE LINK PARA ACESSAR MAIS DETALHES SOBRE NOSSO PROGRESSO NAS PRÁTICAS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA NA PÁGINA 38 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL (MATERIAL DISPONÍVEL EM INGLÊS)



Nosso propósito:

Criar um futuro melhor

Nossa prioridade estratégica de negócios sustentáveis:

Melhorar a saúde financeira para todas as pessoas

Por meio do

Core business | Inovação social | Investimentos na comunidade

Contribuindo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU:



1.4



8.10



9.3

Viabilizado por:

Tratar os dados com respeito

Segurança | Precisão | Privacidade | Transparência

Apoiado por:

Inspirar e apoiar nossas pessoas

Trabalhar com integridade

Proteger o meio ambiente

NOSSAS METAS

Melhorar a saúde financeira para todas as pessoas

- Beneficiar 100 milhões de pessoas através de produtos de inovação social até 2025 (desde 2013)
- Beneficiar 100 milhões de pessoas até 2024 através do programa United for Financial Health

Diversidade

- Aumentar a proporção de mulheres em nosso comitê executivo e subordinados diretos em 30%, em nossas lideranças seniores em 40%, em nossas lideranças de nível médio em 42% e em nossa força de trabalho total em 47%

Meio ambiente

- Tornar nossas próprias operações carbono neutro até 2030
- Metas baseadas na ciência: reduzir as emissões do Escopo 1 e 2 em 50% e do Escopo 3 em 15% até 2030
- Compensar gradualmente nossas emissões do Escopo 1 e 2 ao longo de cinco anos até 2025

MELHORANDO A SAÚDE FINANCEIRA PARA TODAS AS PESSOAS

Estamos transformando vidas, melhorando a saúde financeira, combatendo a exclusão financeira e facilitando o acesso ao crédito em nossos principais mercados.

NESTA SEÇÃO

- Por que a saúde financeira é importante →
- Nosso papel como bureau de crédito →
- Como ajudamos a melhorar a saúde financeira →
- United for Financial Health →
- Melhorando a saúde financeira por meio do nosso core business →
- Melhorando a saúde financeira por meio da inovação social →
- Melhorando a saúde financeira por meio de investimentos na comunidade →
- Olhando para o futuro →

PORQUE A SAÚDE FINANCEIRA É IMPORTANTE

A saúde financeira tem um papel crítico no acesso ao crédito. E o acesso ao crédito abre as portas para que as pessoas tenham oportunidades de transformar suas vidas - desde moradia e saúde até educação e empreendedorismo.

Sem crédito, milhões de pessoas saem perdendo. Mais de um bilhão de pessoas na Ásia-Pacífico não têm acesso a serviços financeiros formais, 45 milhões nos EUA têm pouco ou nenhum perfil de crédito, 45 milhões no Brasil não têm conta bancária e mais de cinco milhões no Reino Unido não têm histórico de crédito.

É por isso que as Nações Unidas incluem o acesso a serviços financeiros entre seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, incluindo crédito e microfinanças (ver nossos ODS na página 32).



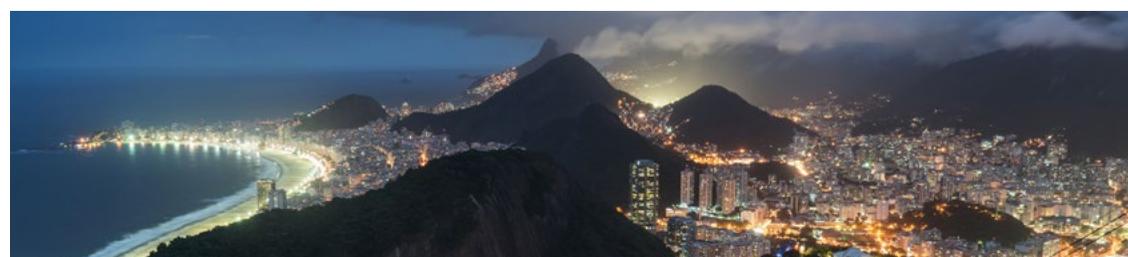
1 bilhão
DE PESSOAS NA ÁSIA-PACÍFICO NÃO TÊM
ACESSO A SERVIÇOS FINANCEIROS FORMAIS



45 milhões
NOS EUA TÊM POUCO OU NENHUM
PERFIL DE CRÉDITO



5,2 milhões
NO REINO UNIDO NÃO
TÊM HISTÓRICO DE CRÉDITO



45 milhões
NO BRASIL NÃO TÊM CONTA BANCÁRIA

NOSSO PAPEL COMO BUREAU DE CRÉDITO

Como maior bureau de crédito do mundo, nossos principais produtos têm um papel crítico na coleta e análise de dados. Esses dados fornecem aos credores as informações necessárias para decidirem sobre a oferta ou não de crédito. Os dados também embasam a definição das taxas a serem aplicadas, de acordo com a probabilidade que a pessoa tem de pagar o empréstimo.

O Banco Mundial destaca o papel **essencial dos bureaus de crédito** e relatórios de crédito para ajudar pessoas e empresas a construir um histórico de crédito e usar essa 'garantia de reputação' para acessar o crédito formal – um papel particularmente valioso para novos tomadores e pequenas empresas que não possuem garantia física.

AMPLIANDO FONTES DE DADOS PARA INCLUIR MAIS PESSOAS

Perfis de crédito são tradicionalmente construídos com base em informações sobre dívidas convencionais, como cartões de crédito ou financiamentos imobiliários, e qualquer pagamento em atraso pode impedir o acesso a crédito com taxas favoráveis.

Porém, milhões de pessoas no mundo todo ainda são virtualmente invisíveis para o sistema financeiro porque não há informações suficientes sobre seu histórico financeiro para que as organizações tomem decisões bem embasadas. Esses "invisíveis ao crédito" têm dificuldade de acessar os principais serviços financeiros ou pagam mais caro para fazê-lo.

Cada vez mais temos utilizado dados positivos (pagamentos dentro do prazo) e fluxos de fontes alternativos (como contas de água e luz, de serviços de

streaming e dados de telefones celulares) para ajudar as pessoas a fortalecer seus perfis de crédito e melhorar o acesso ao crédito justo.

No Reino Unido, por exemplo, cortamos o número de invisíveis ao crédito em 620.000 - de 5,8 para 5,2 milhões - nos últimos dois anos e meio, trabalhando com o mercado para melhorar a qualidade dos dados e introduzindo novas fontes de dados. Este ano nosso novo produto PowerScore deu um perfil de crédito a 180 milhões de pessoas na Indonésia pela primeira vez, aproveitando os dados do uso de seus telefones celulares - e tem potencial para atender muitos outros milhões em todo o Sudeste Asiático.

620.000

INVISÍVEIS AO CRÉDITO A MENOS NO REINO UNIDO



COMO APOIAMOS NA MELHORA DA SAÚDE FINANCEIRA

Estamos apoiando mais pessoas a melhorar sua saúde financeira para permitir que tenham melhor acesso ao crédito que pode transformar suas vidas.

Nosso foco é expandir o acesso a serviços financeiros, melhorando a educação financeira e a confiança, apoiando as pessoas a administrar suas vidas financeiras e prevenindo fraudes e roubos de identidade.

Fazemos isso por meio de nosso core business, produtos de inovação social e investimentos na comunidade - incluindo o programa United for Financial Health que lançamos este ano para apoiar as pessoas mais afetadas pela pandemia da COVID-19.

Melhorar a saúde financeira também dá suporte ao crescimento sustentável da nossa empresa no longo prazo. Produtos que melhoram a saúde financeira geram receita para o nosso negócio. Habilitar o acesso de mais pessoas a serviços financeiros expande nossa base de potenciais consumidores(as). E os(as) funcionários(as) que apoiam como voluntários(as) nossas iniciativas relacionadas à melhora da saúde financeira também trazem novas ideias para nossos negócios.



COMO APOIAMOS

Apoiamos as pessoas a melhorar suas vidas financeiras por meio do nosso core business, nosso programa Social Innovation e nossos investimentos na comunidade.

CORE BUSINESS

Colocamos as necessidades dos(as) consumidores(as) no centro da nossa cultura de inovação para criar soluções para os desafios que enfrentam e ajudar as pessoas a melhorar suas vidas financeiras.

→ DETALHES NA PÁGINA 15

110 milhões

de consumidores(as) utilizam nossas plataformas gratuitas para compreender e administrar seus perfis de crédito

INOVAÇÃO SOCIAL

Através do nosso programa Social Innovation desenvolvemos produtos inovadores que visam gerar impacto social e novos fluxos de receita para nossa empresa.

→ DETALHES NA PÁGINA 20

28 milhões

de pessoas a mais beneficiadas este ano

61 milhões

de pessoas beneficiadas desde 2013

INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE

Nossos investimentos na comunidade se concentram em educação financeira e outras causas relevantes para o nosso negócio, e nossos(as) funcionários(as) doam seu tempo e conhecimento por meio do nosso programa de voluntariado corporativo.

→ DETALHES NA PÁGINA 25

21.000

horas de voluntariado este ano

US\$12 milhões

total de contribuições com a sociedade

UNITED FOR FINANCIAL HEALTH

A COVID-19 representa uma séria ameaça não apenas para a saúde física, mas também para a saúde financeira de milhões de pessoas no mundo todo. Intensificamos nossa ajuda com o lançamento do programa United for Financial Health em 2020.



A parceria com a Experian nos ajudou a atender melhor as necessidades dos membros com baixo score de crédito de uma forma que não tínhamos conseguido antes - com conteúdo vindo diretamente dos especialistas que conhecem o assunto como ninguém, e com conteúdo interativo altamente interessante.”

Neha Gupta

VP de Desenvolvimento de Mercado, SaverLife

Através do United for Financial Health, estamos usando a educação financeira para empoderar comunidades vulneráveis que foram duramente atingidas pela COVID-19 e apoiá-las no seu caminho para a recuperação. Em parceria com 11 ONGs e com a ajuda do nosso canal no YouTube para jovens de 16 a 25 anos 'Living on 4.27', alcançamos 35 milhões de pessoas em menos de um ano - superando amplamente nossa meta de 15 milhões no primeiro ano.

Estamos contribuindo com educação financeira, doações financeiras, produtos e colocando à disposição voluntários(as) para ajudar as nossas parcerias a alcançar as comunidades com as quais eles têm relacionamentos de confiança, de formas que sejam mais significativas e úteis para essas comunidades.

Nossas parcerias do United for Financial Health têm nos permitido alcançar consumidores(as) que não tinham relacionamento com a Experian. Com esse modelo inovador, podemos ampliar nosso apoio para ajudar mais pessoas e obter percepções valiosas sobre nosso negócio que nos ajudarão a criar impactos sociais ainda mais amplos.

Este ano nos concentramos em nossos três principais mercados consumidores - EUA, Reino Unido & Irlanda e Brasil. Muitas de nossas parcerias apoiam mulheres, jovens e grupos minorizados no combate às desigualdades expostas e aprofundadas pela COVID-19. Planejamos expandir o programa para outras regiões enquanto trabalhamos para estender nosso alcance a 100 milhões de pessoas nos próximos três anos.



* ALGUMAS DE NOSSAS PARCERIAS DO REINO UNIDO TAMBÉM USARAM NOSSO NOVO CANAL DO YOUTUBE PARA JOVENS DE 16 A 25 ANOS 'LIVING ON 4.27', ACESSADO POR MAIS DE 2,6 MILHÕES DE PESSOAS.



UNITED FOR FINANCIAL HEALTH: NOSSAS PARCERIAS



Saí de lá com conhecimento e me sentindo no poder de sempre negociar taxas mais baixas, sejam os juros de um empréstimo ou uma conta de TV a cabo, quando se trata de economizar dinheiro! Meu tópico favorito foi sobre a urgência e a necessidade de, como mulher negra, olhar para as várias formas de criar riqueza para deixá-la para meus filhos."

Dr. Holly Sawyer

Participante do programa Black Girl Ventures financial empowerment



Este ano focamos em três de nossos principais mercados consumidores



EUA

Operation HOPE

Estamos apoiando pessoas de grupo de etnias minorizadas a aumentar seu score de crédito e mudar sua mentalidade de sobrevivência para prosperidade, alcançando mais de 4,6 milhões este ano (ver páginas 13-14). Para reforçar a parceria, o CEO da Experian North America se juntou ao Conselho Consultivo Global da HOPE em abril de 2021.

→ ESTUDO DE CASO NAS PÁGINAS 13-14

NAACP

Nosso apoio ajudou a National Association for the Advancement of Colored People (NAACP) a lançar uma campanha educacional para a compra de casas próprias por pessoas negras que alcançou 10,4 milhões de pessoas, além de oferecer aportes financeiros de preservação de moradia para liquidar dívidas de financiamentos de 21 famílias afro-americanas em Atlanta que estavam lutando para manter os pagamentos em dia devido às dificuldades da COVID-19.

Black Girl Ventures

Atingimos mais de 8,6 milhões de pessoas com educação financeira, ferramentas e serviços projetados para ajudar mulheres negras - e seus pequenos negócios - a crescer e prosperar.

SaverLife

Como parte de sua missão de incentivar as pessoas de baixa renda a criar o hábito de economizar, a SaverLife usou nossos recursos de educação financeira para criar conteúdo personalizado que oferece orientação sobre o fortalecimento de perfis de crédito, atingindo 384.000 pessoas. Nos primeiros dois meses, esse foi o recurso mais acessado da plataforma, e mais da metade das pessoas acessou todo seu conteúdo.

United Ways of California

Estamos trabalhando com a United Ways of California para adicionar um novo serviço ao seu posto de atendimento telefônico que oferece ajuda à população de baixa renda ao apoio que precisam no combate ao estresse. Eles só precisam enviar a palavra "estresse" para este posto de atendimento. A campanha de conscientização sobre este serviço já atingiu 1,6 milhão de pessoas.

National Numeracy

Metade dos adultos que trabalham no Reino Unido têm baixas aptidões matemáticas. Apoiamos a National Numeracy's Number Confidence Week e outras iniciativas para ajudar as pessoas a melhorar sua confiança com os números e poder administrar melhor seu dinheiro. Juntos atingimos 168.000 pessoas até agora.

Reino Unido & Irlanda

National Literacy Trust

Apoiamos a campanha Words that Count, lançada em janeiro de 2021 para combater a conexão entre a falta de habilidade de leitura e a baixa competência financeira através de vídeos e sessões interativas para jovens, alcançando quase 3,5 milhões de pessoas.

The Mix

A The Mix é líder em serviços de suporte digital para menores de 25 anos no Reino Unido. Somos os principais apoiadores de sua nova plataforma on-line Money Hub, que visa beneficiar mais homens e etnias minorizadas com educação financeira. Juntos, alcançamos mais de 660.000 pessoas até agora.

The Big Issue

Estamos apoiando o projeto Financial Futures for All para oferecer educação financeira através da revista The Big Issue e das publicações on-line, e apoiar o desenvolvimento de uma carteira eletrônica que ajude fornecedores a aceitar pagamentos que não sejam em espécie e construir um histórico financeiro. Já ajudamos a alcançar mais de 500.000 pessoas.

The Trussell Trust

Apoiamos a campanha Hunger Free Future do Trussell Trust no final de 2020, que incentivou mais de 140.000 pessoas a se inscrever para apoiar seus bancos de alimentos e seus respectivos usuários. Estamos trabalhando juntos para oferecer acesso à educação financeira por meio dos bancos de alimentos.

Sebrae

Começamos a trabalhar com o Sebrae em março de 2021 para apoiar pequenas empresas a se recuperar do choque econômico da COVID-19 através de uma plataforma on-line de educação financeira e futuramente por meio de uma mentoria com voluntários(as) da Experian. Só na primeira semana alcançamos mais de 1,5 milhão de pessoas.

Brasil

Algumas de nossas parcerias do Reino Unido também usaram nosso novo canal do YouTube para jovens de 16 a 25 anos "Living on 4.27", acessado por mais de 2,6 milhões de pessoas.

UNITED FOR FINANCIAL HEALTH: EMACÃO

Milhões de pessoas negras nos EUA estão lutando para aumentar e manter suas pontuações de crédito de forma que lhes permita acessar crédito justo, o que pode fazer real diferença em suas vidas.

Para muitos, um score de crédito pode significar a possibilidade de comprar um carro novo, ter um cartão de crédito, ter casa própria ou simplesmente economizar dinheiro para a família.

UNITED FOR FINANCIAL HEALTH: EM AÇÃO



Operation HOPE

Apoiamos o programa de gestão de crédito e dinheiro da Operation HOPE, oferecendo educação financeira e relatórios de crédito gratuitos para seus clientes.

Ampliando nosso alcance através de...



LINGUAGEM E MARCA ADAPTADAS ÀS COMUNIDADES



ENTREVISTAS COM CELEBRIDADES EM MÍDIAS SOCIAIS



4,5 milhões

de pessoas beneficiadas este ano no total.

241.000

sessões de aconselhamento que resultaram num aumento médio de 24 pontos nas pontuações de crédito individuais.



Meta das pontuações de crédito

700+

Experian Boost

Pode ajudar a melhorar pontuações

Para muitos, um score de crédito mais alto pode significar a possibilidade de comprar um carro novo, ter um cartão de crédito, ter casa própria ou simplesmente economizar dinheiro para a família.



Munidos de oportunidades e educação financeira, acreditamos na Operation HOPE que o compromisso da Experian para revelar o poder dos dados e criar oportunidades significa que mais pessoas estarão aptas para não apenas sobreviver, e sim prosperar nos meses e anos que virão. Sua disposição para se envolver e apoiar indivíduos e famílias com nosso trabalho no meio de uma crise global demonstra o compromisso sincero com a educação e incentivo nas comunidades.”

John Hope Bryant

Fundador, Conselheiro e CEO da Operation HOPE

Combatendo a desigualdade nos EUA

Nossa ONG parceira Operation HOPE visa ajudar as pessoas a mudar sua mentalidade de sobrevivência para prosperidade, aumentando suas pontuações de crédito a níveis satisfatórios, acima de 700 pontos.

Apoiamos o programa de gerenciamento de crédito e dinheiro da Operation HOPE oferecendo recursos de educação financeira e relatórios de crédito gratuitos para seus clientes. Juntos, nosso objetivo é ajudar as pessoas a controlar suas finanças para melhorar suas pontuações e aumentar a inclusão financeira.

Esta parceria faz parte do nosso programa mais abrangente, United for Financial Health, e foi iniciada com uma doação corporativa, juntamente com US\$ 60.000 arrecadados pelos(as) funcionários(as) para a Operation Hope em apoio ao movimento Black Lives Matter.

Antes mesmo de nossa parceria, os consultores da Operation HOPE já usavam o Experian Boost (ver páginas 16-17) em seus estágios iniciais com os clientes. A organização acredita que essa é uma ótima maneira de envolver imediatamente as pessoas na gestão financeira, porque podem ver seu score de crédito subir de forma instantânea.

As equipes da Operation HOPE agora estão usando nossos recursos de educação financeira e incorporando conteúdo relevante que usa linguagem e marca adaptadas às suas comunidades. Eles usam seus contatos para divulgar essas mensagens às pessoas que mais precisam de apoio, inclusive por meio de entrevistas com celebridades e mídias sociais.

Ajudamos a Operation HOPE a alcançar um total de mais de 4,5 milhões de pessoas neste ano, incluindo 241.000 sessões de aconselhamento que resultaram em um aumento médio de 24 pontos nas pontuações de crédito individuais.

MELHORANDO A SAÚDE FINANCEIRA POR MEIO DO NOSSO CORE BUSINESS

Temos grandes quantidades de dados, ferramentas e conhecimento para tornar esses dados significativos para clientes e consumidores(as).

Muitos de nossos principais produtos e serviços estimulam a saúde financeira - seja nos bastidores, apoiando credores a tomar decisões de crédito mais bem embasadas e justas, ou por meio do apoio direto aos consumidores(as) para compreender, administrar e proteger seus perfis de crédito.

Através do nosso core business, ajudamos as pessoas a:

Conseguir aconselhamento e orientações

Compartilhamos dicas úteis para gerenciar perfis financeiros por meio dos nossos sites e canais de mídia social, como AskExperian, #CreditChat e Experian News. O #CreditChat sozinho beneficiou 24,5 milhões de pessoas este ano, com 164.000 engajamentos ativos e 95.000 postagens, e nossos vídeos do Facebook no Reino Unido alcançaram quase 68.000 pessoas. Muitas das nossas dicas deste ano se concentraram em ajudar as pessoas a superar desafios financeiros relacionados à COVID-19.

Compreender e administrar suas finanças

110 milhões de pessoas agora usam nossas plataformas gratuitas para acessar produtos e serviços que as ajudam a entender e administrar seus perfis de crédito. Junto com outras empresas do setor, nos comprometemos a oferecer relatórios de crédito semanais gratuitos para todos os americanos de março de 2020 a março de 2022, para ajudar a apoiá-los na pandemia da COVID-19.

Melhorar a visibilidade ao crédito

Reduzimos o número de invisíveis ao crédito no Reino Unido de 5,8 para 5,2 milhões trabalhando com o mercado para melhorar a qualidade dos dados com a introdução de novas fontes de dados, como um banco on-line e um provedor de telecomunicações.

Nossa plataforma Atlas está melhorando o acesso ao crédito na Ásia-Pacífico, inclusive com maiores índices de aprovação de cartões de crédito e empréstimos pessoais.

Acessar ofertas de crédito mais justas e rápidas

Muitos de nossos produtos B2B permitem que os credores tomem decisões mais justas e rápidas, fornecendo as informações necessárias para oferecer empréstimos aos consumidores(as). Um cliente, credor de médio porte na América do Norte, dobrou as taxas de aprovação e, ao mesmo tempo, reduziu as perdas de crédito em até 20% com o Ascend Intelligence Services, nossa modelagem de inteligência artificial em nuvem.

Aumentar o score de crédito

6,7 milhões de pessoas se conectaram ao Experian Boost nos EUA nos últimos dois anos, permitindo que mais de 4,5 milhões de pessoas melhorassem instantaneamente suas pontuações de crédito ao adicionar dados positivos de pagamentos em dia a seus perfis. Em novembro de 2020, lançamos o Experian Boost, no Reino Unido (ver páginas 16-17).

→ MAIS DETALHES SOBRE O EXPERIAN BOOST (DISPONÍVEL EM INGLÊS)

Negociar dívidas

No Brasil, nosso novo Serasa Score Turbo incentivou mais de sete milhões de consumidores(as) a renegociar mais de 10 milhões de contratos de dívidas desde seu lançamento em setembro de 2020.



Prevenir fraudes

Ajudamos a prevenir cerca de US\$10 bilhões em fraudes este ano através de produtos como o CrossCore, que reúne biometria comportamental, detecção de dispositivos e tecnologia de aprendizado de máquina para ajudar os clientes a autenticar sua identidade.

Nossos produtos de atendimento ao consumidor(a) ajudam as pessoas a identificar transações fraudulentas em seus perfis de crédito, e nossas equipes de especialistas no Reino Unido e nos EUA ajudaram mais de 102.000 vítimas de fraude a resolver problemas em seus perfis de crédito este ano.

NOSSO CORE BUSINESS: EM AÇÃO

Ajudamos as pessoas a aumentar seu score de crédito e acessar o que precisam ou desejam para tornar suas vidas melhores.

Neste momento, cerca de 17 milhões de pessoas a mais poderão se beneficiar com o lançamento do Experian Boost no Reino Unido.

NOSSO CORE BUSINESS: EM AÇÃO

EUA

4,5 milhões

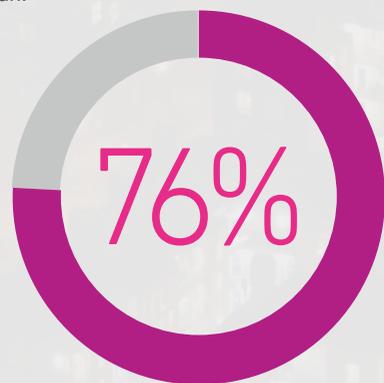
de pessoas nos EUA aumentaram suas pontuações instantaneamente.

Aumentos de score instantâneos

83% dos usuários sem histórico de crédito e 86% das pessoas com avaliação de crédito 'ruim' viram um aumento instantâneo de suas pontuações de crédito.

Novas ofertas de crédito

76% dos usuários nos EUA receberam novas ofertas de crédito após usarem o serviço gratuito da Experian.



83%



22%



Aumento das faixas de crédito

22% das pessoas com classificação de crédito "ruim" passaram para uma classificação de crédito "razoável".

REINO UNIDO

370.000

membros ativos no Experian Boost no Reino Unido.

Aumento de até 66 pontos

O serviço gratuito permite que os(as) consumidores(as) do Reino Unido aumentem instantaneamente seu score de crédito Experian em até 66 pontos.



É um ótimo recurso, uma forma positiva de mostrar as finanças. Estou tão feliz com o aumento! 27 pontos são 27 pontos! Que ótimo!"

Feedback de um consumidor do Reino Unido



Aumentando seu score de crédito nos EUA e Reino Unido

Mais de 4,5 milhões de americanos melhoraram instantaneamente suas pontuações de crédito com o Experian Boost desde seu lançamento em março de 2019. Ao permitir que as pessoas adicionem dados extras sobre pagamentos realizados de suas contas bancárias aos seus perfis de crédito, o Boost ajudou os usuários americanos a aumentar suas pontuações em 13 pontos em média, até o momento, e em 23 pontos para aqueles na faixa de classificação de crédito mais baixa ('ruim').

O Boost tem um potencial enorme para ajudar a melhorar o acesso ao crédito, pois 86% das pessoas com classificação de crédito "ruim" aumentaram suas pontuações, e 22% subiram para uma classificação de crédito "razoável". No geral, 76% dos usuários dos EUA receberam novas ofertas de crédito após usarem o serviço gratuito.

De acordo com os últimos números do Consumer Financial Protection Bureau, cerca de 45 milhões de americanos não conseguem obter crédito porque têm pouco ou nenhum perfil de crédito. Depois de usar o Boost, 83% dos usuários iniciantes viram um aumento médio instantâneo de 20 pontos, e 15% também subiram uma faixa de score. 33% das pessoas anteriormente sem score conseguiram um score de crédito após usar o Boost.

Cerca de 17 milhões de pessoas a mais poderão se beneficiar com o lançamento do Experian Boost no Reino Unido. Tudo o que precisam fazer é conectar suas contas bancárias à conta Experian gratuita e adicionar informações sobre gastos regulares em tempo real, como transferências para contas poupança, pagamentos de impostos municipais e assinaturas de streaming de vídeo ou música.

O serviço gratuito permite que os(as) consumidores(as) do Reino Unido aumentem instantaneamente seu score de crédito Experian em até 66 pontos e qualquer informação que não aumente o score é desconsiderada.

O Experian Boost foi lançado no Reino Unido em novembro de 2020 e tinha 370.000 membros ativos no final de março de 2021.

NOSSO CORE BUSINESS: EM AÇÃO

No Brasil, 63 milhões de pessoas estão endividadas e três em cada 10 adultos não têm alfabetização adequada para administrar sua vida diária e profissional.

Com mais de 12 milhões de pessoas acessando nosso Serviço de Atendimento ao Consumidor Serasa Experian todos os meses, enxergamos uma oportunidade de ajudar.

NOSSO CORE BUSINESS: EM AÇÃO

Treinamentos on-line gratuitos para ajudar as pessoas a entender e administrar melhor suas finanças.



Cadastros

500.000



Quase 500.000 pessoas se cadastraram na plataforma Trilha Financeira desde seu lançamento em agosto de 2020.



O curso Trilha Financeira da Serasa Experian é excelente para entendermos como funciona a educação financeira. Eu recomendo fortemente que todas as pessoas façam esse curso. É fácil de entender com aulas rápidas e objetivas, o que ajuda a manter o foco.”

Feedback de um consumidor do curso Trilha Financeira

Orçamento pessoal

Os usuários aprendem, entre outros temas, a organizar e classificar despesas como fixas ou variáveis.



Programa de inovação social

Módulos de

80-100

minutos

03

02

01

QUASE UM TERÇO CONTINUOU E COMPLETOU OS TRÊS PRIMEIROS MÓDULOS

17.000 COMPLETARAM O PRIMEIRO MÓDULO



Sempre recebo feedback positivo dos meus seguidores em relação ao treinamento Trilha Financeira. Muitos brasileiros transformam suas vidas com boa educação financeira. Muito obrigada pela chance de participar desse projeto incrível e transformador.”

Mirna Borges

Conselheira financeira e fundadora do canal Economirna no YouTube



Ampliando a educação financeira no Brasil

O Trilha Financeira Serasa oferece treinamentos on-line gratuitos para ajudar as pessoas a entender e administrar melhor suas finanças – e isso possibilita que melhorem seu score de crédito.

O curso inclui uma série de módulos de 80-100 minutos sobre diferentes tópicos financeiros com conteúdo rico e instrutores experientes à disposição. Ele começa com o básico, explicando as etapas de criação de um orçamento pessoal. Os usuários aprendem a organizar e classificar despesas como fixas ou variáveis, essenciais ou não essenciais, e analisar onde poderiam cortar seus gastos para poder economizar ou pagar dívidas.

Depois de dominar o orçamento, outros módulos explicam detalhes dos produtos financeiros, gestão de dívidas, receita, crédito e prevenção de fraude.

Quase 500.000 pessoas se inscreveram na plataforma Trilha Financeira desde seu lançamento em agosto de 2020. Mais de 17.000 concluíram o primeiro módulo para ajudar na gestão do seu próprio orçamento, e mais de um terço desses concluíram os três primeiros módulos.

Desenvolvido com investimento do nosso programa Social Innovation, o Trilha Financeira teve tanto sucesso que foi rapidamente assumido pela nossa área de Serviços ao Consumidor no Brasil, que desenvolveu e lançou outros módulos ao longo do ano.

MELHORANDO A SAÚDE FINANCEIRA POR MEIO DA INOVAÇÃO SOCIAL

Nosso programa Social Innovation provê investimento semente para explorar soluções projetadas especificamente para oferecer maiores impactos sociais, além de novos fluxos de receita para nossa empresa.

Beneficiamos 61 milhões de pessoas desde 2013 - 28 milhões só este ano - e nossa meta é 100 milhões até 2025. Desde 2013, nossos produtos de inovação social geraram mais de US\$103 milhões, com investimento de mais de US\$8 milhões.

Nossos produtos de Inovação Social ajudam as pessoas a:

Comprovar identidade

Na Índia, o Link Prove-ID permite que os credores verifiquem a identidade das pessoas que solicitam empréstimos sem documentação formal, conectando o Prove-ID com o Banco de Dados de Identificação Única do governo. Só este ano beneficiamos 7 milhões de pessoas, o que significa que alcançamos mais de 22 milhões de pessoas desde 2014.

Aumentar a confiança financeira

Mais de 500.000 pessoas no Brasil se inscreveram em nossos módulos de treinamento on-line do Trilha Financeira (ver página 19) este ano e reinventamos o GeleZAR, app de educação financeira, para alcançar as pessoas de forma mais eficaz na África (ver páginas 23-24).

Fortalecer perfis de crédito

O PowerScore deu a 180 milhões de pessoas na Indonésia um perfil de crédito pela primeira vez através do uso dos dados de seus telefones celulares (ver páginas 21-22). Também estamos desenvolvendo uma solução para ajudar pessoas financeiramente excluídas na Índia e no sudeste da Ásia através do uso de dados como e-mails e extratos bancários para construir seus perfis financeiros, mediante consentimento.

Ter acesso a empréstimos

No Reino Unido, nosso marketplace Affordable Loans está disponibilizando opções de empréstimo responsável de cooperativas de crédito e instituições financeiras de desenvolvimento comunitário em websites de comparação de preços. Foi lançado, em abril de 2021, no marketplace da Experian.

Pagar planos de saúde

Nosso novo produto Social Determinants of Health conectou 7,6 milhões de americanos a programas de saúde preventiva para ajudá-los a evitar maiores contas e problemas médicos no futuro. Desde 2014, nosso Payment Plan Advisor proporcionou planos de pagamento personalizados para 567.000 pacientes nos EUA.

Ter moradia

Beneficiamos 45.000 pessoas na Colômbia este ano usando dados alternativos para ajudar pessoas de baixa renda a construir seu histórico de crédito e ter acesso a financiamentos e subsídios do governo para compra de casa própria. No Reino Unido, a Entitledto, provedora de calculadoras de benefícios on-line, está testando nossa tecnologia de Open Banking para ajudar os possíveis inquilinos de habitação social a ter acesso ao apoio financeiro necessário. Nos EUA, estamos pesquisando formas de superar as barreiras de crédito para aquisição de casa própria que afetam negros e hispânicos de forma desproporcional.

Construir negócios

Ajudamos pequenas empresas nos EUA a obter melhor acesso a empréstimos por meio de nosso produto Social Media Insights, que usa fontes alternativas de dados para melhorar a previsão de risco do crédito comercial. Mais de 2,4 milhões de pequenas empresas foram beneficiadas nos últimos três anos.

Administrar dívidas

Nosso portal de recuperação de dívidas on-line Limpa Nome tem ajudado milhões de pessoas no Brasil a assumir o controle do superendividamento desde seu lançamento em 2013. Só este ano mais de 8 milhões de pessoas o utilizaram para dar baixa coletiva de US\$6,7 bilhões em dívidas, aceitando ofertas de credores para renegociar dívidas no valor de \$US7,8 bilhões a uma taxa média de desconto de 86%.

INOVAÇÃO SOCIAL: EM AÇÃO

Centenas de milhões de pessoas na Índia e no Sudeste Asiático não têm histórico financeiro, o que as torna “invisíveis ao crédito”.

Com nosso programa Social Innovation, buscamos criar uma solução para aumentar a visibilidade do crédito e dobrar a taxa de aprovação de empréstimos.

INOVAÇÃO SOCIAL: EM AÇÃO

Pedidos de crédito

Menos de um a cada três pedidos são aprovados.



NOSSA META ERA DOBRAR A TAXA DE APROVAÇÃO

PowerScore

Ajuda os iniciantes em crédito...



Observamos um aumento de 10% na taxa de aprovação como resultado do uso do Experian PowerScore. Com a Experian, podemos aprovar mais clientes e expandir nossos negócios.”

Abraham Lumban Batu
Head da Tunaiku



Perfis de crédito

180 milhões

Em seu primeiro ano, o PowerScore proporcionou um histórico de crédito a 180* milhões de pessoas na Indonésia pela primeira vez.



1,3 milhão

de pedidos de crédito já foram feitos.

* Ao medir o alcance total do Social Innovation, rastreamos o número de pedidos feitos como resultado do PowerScore, e não o número de pessoas que conseguiram perfis de crédito através desse produto.

Planos de expansão

Ir para Índia e Vietnã no próximo ano.



Expandindo o acesso ao crédito na Ásia

Centenas de milhões de pessoas na Índia e no Sudeste Asiático não têm histórico financeiro, o que as torna “invisíveis ao crédito”. Sem acesso ao crédito formal, estão perdendo um mundo de oportunidades para melhorar suas vidas.

Mesmo aqueles que podem obter crédito muitas vezes são recusados, porque seus perfis financeiros são muito limitados e não permitem que os credores tomem decisões bem-informadas. Menos de um a cada três pedidos são aprovados.

Através do nosso programa Social Innovation, buscamos criar uma solução destinada a aumentar a visibilidade de crédito e dobrar a taxa de aprovação de empréstimos, permitindo que os credores estendam as ofertas de crédito a pessoas que antes não tinham conta bancária. A solução PowerScore chegou ao mercado em abril de 2020.

O PowerScore aproveita dados gerados pela forma que as pessoas usam seus celulares, em conjunto com dados já disponíveis e de fontes alternativas para ajudar os iniciantes em crédito a construir um perfil de crédito. Em seu primeiro ano, proporcionou a 180 milhões de pessoas na Indonésia um perfil de crédito pela primeira vez, o que resultou em mais de 1,3 milhão de pedidos de crédito.

Lançamos o PowerScore nas Filipinas em março de 2021, e ele tem potencial para maior expansão geográfica nos próximos anos.

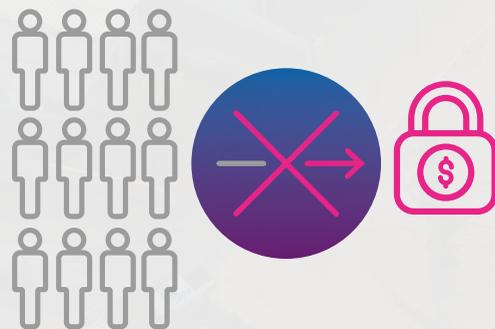
INOVAÇÃO SOCIAL: EM AÇÃO

Milhões de pessoas em toda a África não têm acesso a serviços financeiros básicos ou crédito. Mais pessoas têm telefones celulares do que contas bancárias em muitas localidades.

Por isso criamos o aplicativo GeleZAR, que permite que as pessoas acessem facilmente aulas curtas de educação financeira ministradas de forma divertida e gamificada.

INOVAÇÃO SOCIAL: EM AÇÃO

Milhões de pessoas em toda a África não têm acesso a serviços financeiros básicos ou crédito.



11 milhões
de pessoas na África do Sul não têm conta bancária.

Mais pessoas têm telefones celulares do que contas bancárias em muitas localidades.



Quando lançamos o piloto do GeleZAR na África do Sul, há dois anos, fizemos uma parceria com um varejista para pré-instalar o aplicativo em 35.000 telefones celulares novos.

35.000



O objetivo é oferecer às parcerias uma plataforma que crie um ponto de acesso único para os(as) consumidores(as).



A Experian oferece às organizações esportivas a capacidade de desenvolver percepções do cliente em nível individual, permitindo-as selecionar experiências personalizadas para seus fãs em cada ponto de contato.



Mas vai além disso. O impacto do GeleZAR para indivíduos e comunidades é incrível. Ser capaz de explicar o que normalmente são questões complicadas simplesmente com desenhos animados para quem os lê contribui muito para melhor compreensão da sua saúde financeira. A possibilidade de compartilhar esses aprendizados com amigos e familiares aumenta o alcance do GeleZAR. Essas parcerias trazem valor comercial para todas as pessoas e, assim como um torcedor deseja que seu time seja vitorioso sempre, o GeleZAR visa ajudar as pessoas a vencer em sua vida financeira.”

Mlondi Mashinini
Fundador e Sócio Administrador, Fanbase Analytics

Criando perfis de risco e confiança financeira na África

Quando lançamos o piloto do GeleZAR na África do Sul, há dois anos, fizemos uma parceria com um varejista para pré-instalar o aplicativo em 35.000 telefones celulares novos e oferecemos um voucher de internet gratuita para incentivar outras pessoas a baixá-lo. Mas descobrimos que ter o aplicativo não significa necessariamente que as pessoas vão usá-lo e que poucos usuários de dispositivos móveis estavam abrindo o GeleZAR.

Este ano mudamos nossa abordagem. Ao invés de ir diretamente aos(as) consumidores(as), estamos fazendo parcerias com diferentes tipos de organizações conhecidas como equipes esportivas e prestadores de serviços financeiros e educacionais para proporcionar educação financeira e aproximar os(as) consumidores(as) das marcas com as quais eles têm afinidade.

O objetivo é oferecer as nossas parcerias uma plataforma que crie um único ponto de acesso para compartilhar conteúdo relevante com os(as) consumidores(as), dando acesso à educação financeira e fornecendo ferramentas comerciais para maior engajamento. Ao mesmo tempo, estamos explorando como o uso desses aplicativos pelas pessoas, mediante consentimento, pode ser útil para validar a identidade delas e construir um score de risco equilibrado para fornecer informações em decisões sobre empréstimo no futuro.

Também estamos expandindo o projeto para desenvolver uma solução de empréstimo digital pelo celular projetada para ajudar mais pessoas que são financeiramente excluídas a ter acesso aos primeiros empréstimos e apoio à educação financeira em outros países da África.

MELHORANDO A SAÚDE FINANCEIRA POR MEIO DE INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE

Nossas contribuições totais este ano chegaram a US\$12 milhões, incluindo nossas parcerias do United for Financial Health (ver páginas 11-14).

Apesar das restrições da COVID-19 terem limitado as oportunidades de voluntariado presenciais, os(as) funcionários(as) doaram 21.000 horas do seu tempo (dentro e fora do horário de trabalho) para apoiar suas comunidades, atuar nos nossos programas de educação financeira e contribuir com nossa campanha de voluntariado virtual #Map1Million (ver páginas 26 -27).

→ **DETALHES SOBRE O UNITED FOR FINANCIAL HEALTH NAS PÁGINAS 11-14**



EXEMPLOS:

Ásia-Pacífico:

Adaptamos nosso produto Dynamic Airtime Advance descontando taxas e aumentando os limites de crédito para permitir que parceiros de telecomunicações no Sri Lanka, Tailândia e Vietnã mantivessem mais de 3,2 milhões de pessoas conectadas durante o isolamento na pandemia da COVID-19. Nossa educação financeira contínua para trabalhadores domésticos migrantes em Hong Kong alcançou 50.000 pessoas este ano e estendemos nossa parceria com a Grameen Foundation, fornecendo empréstimos de cerca de US\$ 100-150 para 10.000 microempresários na Índia.

Europa, Oriente Médio e África:

Orientamos jovens de alta vulnerabilidade e apoiamos um abrigo para mulheres na Bulgária, educamos jovens empreendedores sobre finanças e opções de carreira na Noruega e continuamos fornecendo vários produtos gratuitos para apoiar a instituição Make-A-Wish na França. Na África do Sul, fizemos uma parceria com Rhiza Babuyile para oferecer coaching para 10 empreendedores de comunidades negras.

América Latina:

Usamos nossos dados e análises para apoiar a tomada de decisão sobre medidas de saúde pública através da nossa iniciativa COVID Radar no Brasil. Apoiamos o Movimento Estímulo 2020 que facilita acesso a empréstimos para micro e pequenas empresas (MPEs). 1.325 pequenas empresas competiram pela premiação e mentorias com funcionários(as) voluntários(as) para ajudar na sua adaptação ao novo normal por meio do Desafio Serasa Experian para MPEs, a maior premiação de inovação para pequenas empresas no país. Também fizemos parceria com uma ONG local para combater a exclusão financeira no Peru (ver página 29).

América do Norte:

Os(as) funcionários(as) arrecadaram fundos para profissionais de saúde na linha de frente do combate à COVID-19 e para organizações que enfrentam a violência contra americanos negros contando com doações adicionais da Experian. Cerca de 200 funcionários(as) caminharam ou correram 5 km pela conscientização e arrecadação de fundos para a Loveland Foundation, que oferece serviços de terapia para mulheres e meninas negras.

Nossa parceria para oferecer às pessoas treinamento em educação financeira em vez de multas por infrações de trânsito - como dirigir sem seguro - ganhou o Prêmio de Melhores Práticas da Associação de Condados do Texas.

Reino Unido e Irlanda:

Os(as) funcionários(as) arrecadaram fundos e voluntariaram para apoiar instituições sociais como a Stop Hate UK e Save the Children. Nossa parceria com a Age UK para combater fraudes beneficiou cerca de 4.500 pessoas com mais de 55 anos. Apoiamos a divulgação dos conteúdos on-line da Values, Money & Me para ajudar as famílias a melhorar sua confiança financeira. Doamos mais de £170.000 para ajudar várias organizações a fornecer computadores para crianças em apoio ao aprendizado on-line no Reino Unido e na Irlanda.

INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE: EM AÇÃO

As restrições impostas pela COVID-19 trouxeram limitações às oportunidades de voluntariado presencial este ano.

Mas encontramos uma forma de nossos colegas no mundo todo contribuírem de suas mesas de trabalho por meio de nossa campanha de voluntariado virtual #Map1Million.

INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE: EM AÇÃO

Encontramos uma forma de nossos colegas no mundo todo contribuírem de suas mesas de trabalho por meio de nossa campanha de voluntariado virtual #Map1Million.

2.280 horas



HORAS DE VOLUNTARIADO DOS(AS) FUNCIONÁRIOS(AS) DA EXPERIAN

NOSSA META DE RESIDÊNCIAS A SEREM MAPEADAS



1 milhão



Mais de um bilhão de pessoas vivem em localidades atualmente não mapeadas.



Os mapas sempre foram um hobby para mim. Então combiná-los com a chance de contribuir com comunidades menos afortunadas colocando-as no mapa fez da participação no #Map1Million algo natural.”

Mihail Blagoev
Voluntário da Experian Bulgária



“Os(as) voluntários(as) da Experian mapearam uma área onde vivem mais de 923.000 pessoas, e o trabalho continua. Essa valiosa parceria desempenha um papel fundamental na meta da HOT de mapear uma área que abriga um bilhão de pessoas que vivem na pobreza ou em risco de desastre nos próximos cinco anos.”

Anna Teach
Gerente de Parcerias Corporativas,
Humanitarian OpenStreetMap Team (HOT)



923.000

PESSOAS CUJAS CASAS ESTÃO AGORA EM ÁREAS MAPEADAS

Voluntariado virtual no #Map1Million pela inclusão

As restrições impostas pela COVID-19 trouxeram limitações às oportunidades de voluntariado presencial este ano. Mas encontramos uma forma de nossos colegas no mundo todo contribuírem de suas mesas de trabalho por meio de nossa campanha de voluntariado virtual #Map1Million.

Mais de um bilhão de pessoas vivem em várias localidades onde atualmente não se tem informações a respeito. E se não estão mapeadas, serão excluídas de muitas oportunidades de construir um futuro melhor.

Fizemos uma parceria com a equipe da Humanitarian OpenStreetMap (HOT) - uma organização internacional dedicada à ação humanitária e ao desenvolvimento comunitário por meio do mapeamento aberto - para apoiá-la em sua ambição de mapear áreas que abrigam um bilhão de pessoas em risco de desastre ou em situação de pobreza. Estabelecemos como meta para os(as) voluntários(as) da Experian mapear áreas que abrigam um milhão de pessoas.

Mapas são fontes de dados e dados são nosso core business. Por meio de uma série de maratonas regionais de mapeamento, os(as) funcionários(as) ofereceram mais de 2.280 horas para colocar áreas geográficas previamente não mapeadas no mapa usando imagens de satélite. Juntos, eles até agora mapearam uma área que abriga cerca de 923.000 pessoas.

Um dos objetivos da HOT é possibilitar ações emergenciais mais eficazes, e nossa campanha ajudou agências humanitárias e autoridades locais a direcionar suas respostas à COVID-19 de forma mais eficaz. A inclusão no mapa também pode ser uma etapa crítica para garantir a inclusão financeira e o acesso a diferentes recursos, incluindo recursos financeiros como microfinanças e outros empréstimos para pequenas empresas.

OLHANDO PARA O FUTURO

Estamos usando inovação e *advocacy* para catalisar soluções para os principais desafios da sociedade. Melhorar a saúde financeira continua sendo um grande foco quando olhamos para o futuro e buscamos maneiras de usar os dados para fazer o bem.

COLOCANDO A INOVAÇÃO NO CORAÇÃO DA NOSSA EMPRESA

Nossa cultura de inovação nos ajuda a aproveitar oportunidades para impulsionar o crescimento dos negócios. Investimos continuamente em inovação de produtos e novas fontes de dados para aproveitar novas oportunidades de mercado.

Cerca de 1.000 funcionários(as) inovadores(as) de toda a empresa participaram de nossa Conferência anual sobre o Future of Information Conference - realizada on-line este ano - que os incentivou a pensar de forma diferente no trabalho. Os tópicos incluíram justiça em inteligência artificial, a transformação do agronegócio e o aprimoramento da experiência do(a) consumidor(a) no setor da saúde.

As equipes em nossos DataLabs no Brasil, Cingapura, Reino Unido e EUA aproveitam nossa cultura de inovação para criar novas soluções para desafios globais.

Este ano, os DataLabs conduziram o rápido desenvolvimento de duas soluções para apoiar iniciativas globais em resposta ao desafio da COVID-19. No Brasil, criamos o COVID Radar em colaboração com as Nações Unidas e outras organizações importantes. Ele consiste numa solução de dados que desenvolvemos para ajudar os órgãos públicos a responder à crise da COVID-19 e direcionar doações corporativas para onde são mais necessárias. Nos EUA, o COVID Outlook & Response Evaluator Model usa dados da Experian e dados públicos para gerar um mapa de

calor geográfico das populações mais suscetíveis a casos graves de COVID-19.

Pessoas de todas as nossas equipes de dados e análises estiveram envolvidas em várias soluções de saúde financeira lançadas este ano, incluindo o Experian Boost no Reino Unido (ver página 17) e o Experian Lift nos EUA, que se baseiam em extensas fontes de dados para aprimorar as previsões de capacidade de crédito de pessoas com pouco ou nenhum histórico de crédito. O DataLab do Brasil, atualmente, desenvolve uma solução de saúde financeira utilizando dados de uso do celular para obter uma avaliação de risco do crédito mais justa, mesmo para pessoas sem histórico de crédito.

INVESTINDO EM INOVAÇÃO SOCIAL

Nosso programa Social Innovation impulsiona o desenvolvimento de novas soluções projetadas especificamente para gerar impactos sociais e melhorar a saúde financeira.

Financiamos três produtos de inovação social neste ano que visam combater a exclusão financeira na Índia e no Sudeste Asiático, e superar as barreiras à aquisição de moradia por negros nos EUA. Também reinventamos nosso produto de educação financeira GeleZAR para poder acessar as pessoas de forma mais eficaz na África (ver página 24).

Além disso, fornecemos capital semente para três projetos de educação financeira - o canal do YouTube 'Living on 4.27' que deu apoio ao nosso programa United



As pessoas no mundo todo enfrentaram uma série de desafios trazidos pela pandemia global e a Experian ofereceu soluções impactantes que podem ajudar os países a combater a COVID-19. No ano passado, nossas equipes usaram a ciência de dados de ponta para criar soluções como a plataforma COVID Radar no Brasil e o COVID Outlook & Response Evaluator Model (CORE) nos EUA, colaborando de perto com outras organizações.”

Dr. Shanji Xiong

Cientista-chefe global da Experian

for Financial Health (ver páginas 11-14), um aplicativo de metas financeiras para menores de 25 anos no Reino Unido e o Trilha Financeira no Brasil (ver página 19). Também proporcionamos financiamento adicional por meio do nosso programa Social Innovation para adaptar a tecnologia desenvolvida para a plataforma COVID Radar no Brasil para uso em outras áreas de necessidade social, como o aumento da inclusão financeira ou o combate à escravidão moderna. O PowerScore (ver página 22), um dos produtos de inovação social lançado no mercado este ano, foi eleito o vencedor do nosso Creating a Better Tomorrow em 2020. Quase 2.000 colegas votaram para selecionar os finalistas desse prêmio anual, que visa encorajar e reconhecer a inovação de equipes em toda a empresa.

OLHANDO PARA O FUTURO – CONTINUAÇÃO

PROMOVENDO INOVAÇÃO MAIS AMPLA PARA A SAÚDE FINANCEIRA

Este ano canalizamos a inovação especificamente para apoiar a saúde financeira como parte dos esforços de recuperação da COVID-19.

Realizamos dois hackathons para explorar as ideias de nossos colegas sobre o uso dos dados para fazer o bem. O primeiro focou maneiras de apoiar iniciativas globais de recuperação da COVID-19. Mais de 1.000 pessoas se envolveram e 87 equipes contribuíram com 104 ideias. Por meio do nosso programa Social Innovation, concedemos a cinco das equipes do hackathon US\$10.000 cada para desenvolver as soluções consideradas mais promissoras. Uma solução desenvolvida para enfrentar a exclusão financeira na Índia e no Sudeste Asiático recebeu o financiamento adicional de US\$750.000 para desenvolver um produto para o mercado. Mais de 3.400 colegas participaram do nosso segundo hackathon, que incluiu uma categoria dedicada à inovação para inclusão.

Buscamos ideias fora da empresa, patrocinando o prêmio Experian Financial Health de US\$ 100.000 como parte do programa Solve do Massachusetts Institute of Technology nos EUA. Mais de 2.600 pessoas se inscreveram no programa Solve e cinco equipes vencedoras receberam aporte financeiro e apoio de mentores da Experian para levar suas ideias adiante. As soluções vencedoras se concentram em ajudar as pessoas a conseguir bons empregos, promover o empreendedorismo inclusivo e apoiar a educação de

mulheres e meninas. Duas das equipes que tiveram maior progresso receberam financiamento posterior para acelerar o desenvolvimento de suas soluções.

As ideias e percepções obtidas através do nosso programa United for Financial Health (ver páginas 11-14) nos ajudarão a gerar mais benefícios sustentáveis em escala para a sociedade por meio de inovações na nossa empresa.

APOIANDO AÇÕES DE SAÚDE FINANCEIRA MAIS AMPLAS

Também defendemos a saúde financeira de forma mais ampla. Este ano fornecemos conhecimento especializado para as diretrizes do Banco Mundial destinadas a credores referentes à comunicação de dados de pagamento do(a) consumidor(a) durante o período de emergência prolongada da COVID-19. Suspensões de pagamento e maior tolerância foram negociadas com credores, consumidores(as) que sofreram dificuldades por causa da COVID-19 foram descritas e refletidas em relatórios de crédito para evitar resultados adversos nas pontuações de crédito.

Nossa campanha Identities of the World aumenta a conscientização sobre o impacto da exclusão financeira por meio de histórias pessoais poderosas. Alcançamos mais de 36 milhões de pessoas nos últimos três anos e este ano a campanha destacou os desafios enfrentados pelas microempresas no Peru. Estamos trabalhando com a ONG local Caja Maynas para ajudar a resolver as barreiras que impedem a utilização de serviços

financeiros para melhorar suas vidas e realizar seus sonhos (ver citação).

Também exploramos as barreiras de acesso ao crédito para pequenas empresas participando do Fórum de Financiamento para PMEs da International Finance Corporation, e patrocinamos a conferência global anual do Fórum.



NOSSAS METAS DE SAÚDE FINANCEIRA

ATINGIR 100 MILHÕES DE PESSOAS ATRAVÉS DO NOSSO PROGRAMA UNITED FOR FINANCIAL HEALTH ATÉ 2024 (INICIADO EM 2020)

ATINGIR 100 MILHÕES DE PESSOAS ATRAVÉS DE PRODUTOS DE INOVAÇÃO SOCIAL ATÉ 2025

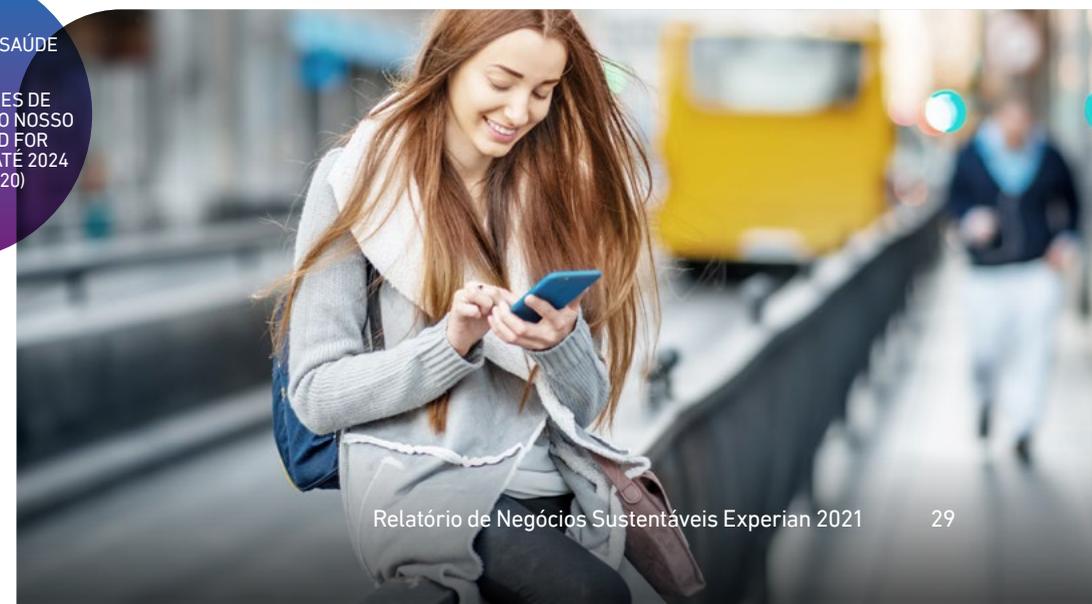
(INICIADO EM 2013)



Para Caja Maynas, a aliança com a Experian fortalecerá nosso propósito de tornar produtos e serviços financeiros acessíveis para todas as pessoas, não importa o patrimônio líquido, e para todas as empresas, não importa o tamanho. Juntos ajudaremos a remover as barreiras que impedem as pessoas de usar serviços financeiros para melhorar suas vidas e realizar seus sonhos.”

Oscar Mercado

da Caja Maynas, nosso parceiro de microfinanças no Peru



GOVERNANÇA & TRANSPARENCIA

Estamos comprometidos em possuir altos padrões de governança e relatórios transparentes sobre nossas políticas e desempenho relacionadas às nossas práticas ambientais, sociais e de governança (ESG) mais relevantes.

NESTA SEÇÃO

- Nossa abordagem →
- Identificando nossas prioridades →
- Governança →
- Engajamento com stakeholders →
- Dados de desempenho →
- Sustainability Accounting Standard Board Index (SASB) →

NOSSA ABORDAGEM

Nossa estratégia de negócios sustentáveis está alinhada ao nosso propósito e modelo de negócios e os fortalece, nos apoiando a agregar valor aos nossos stakeholders. Ela define nossa abordagem para nossas oportunidades e riscos ambientais, sociais e de governança (ESG) mais relevantes.

→ ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS NA PÁG. 5

NOSSO PROPÓSITO

Criar um futuro melhor.
Para consumidores(as), clientes, nossas pessoas e comunidades.

NOSSA MARCA

Ampliar oportunidades.
Desvendamos o poder dos dados, e ao fazê-lo, podemos ajudar a transformar vidas.

NOSSAS CRENÇAS

01 Dados são muito importantes para o estilo de vida de todas as pessoas. Eles têm o potencial de transformar nossas vidas para melhor.

02 Nós podemos liberar o potencial dos dados para alavancar oportunidades para pessoas e organizações.

03 Nós colocamos o poder dos dados e nosso conhecimento nas mãos dos clientes, ampliando oportunidades e apoiando os no planejamento de um futuro melhor com confiança.

04 Podemos fazer a diferença para a comunidade, apoiando pessoas a extrair o melhor de seus dados.

05 Como nosso trabalho é tão importante quanto o que fazemos: tratamos todas as pessoas de forma justa, e seus dados com respeito. Trabalhamos com integridade, sempre.

IDENTIFICANDO NOSSAS PRIORIDADES

Podemos fazer grande diferença para a sociedade melhorando a saúde financeira.

Ano passado, validamos nossos temas materiais mais importantes através de uma ampla consulta com lideranças seniores que representam diferentes funções e regiões em toda a empresa. Essa avaliação resultou no desenvolvimento da nossa estratégia de negócios sustentáveis e nossa prioridade estratégica para melhorar a saúde financeira.

Podemos fazer grande diferença para a sociedade melhorando a saúde financeira que, por sua vez, possibilita que as pessoas elevem o padrão de vida, combate as desigualdades e contribui com três dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ver quadro).

As consequências econômicas negativas da COVID-19 destacaram ainda mais essa prioridade, exacerbando as questões financeiras básicas para grupos da sociedade já marginalizados.

Melhorar a saúde financeira também favorece o sucesso da nossa empresa no longo prazo, fortalecendo nossa reputação e relacionamentos com os

stakeholders, impulsionando a inovação, gerando novos fluxos de receita e novo(as) consumidores(as) potenciais para nós e para nossos clientes com o aumento da inclusão financeira.

Uma de nossas crenças básicas é que a forma como trabalhamos é tão importante quanto o que fazemos. Nossa estratégia é viabilizada pela gestão de riscos robusta e sustentada pela nossa cultura de responsabilidade.

Os dados de 1,3 bilhão de pessoas e 166 milhões de empresas do mundo todo nos são confiados, e tratar esses dados com respeito é essencial para manter essa confiança. Nossa prioridade é mantê-los em segurança e a possibilidade de falharmos nisso constitui nosso maior risco de negócio e de ESG (ver página 34). Devemos também proteger a privacidade dos dados que armazenamos, mantendo as informações que temos sobre indivíduos e empresas o mais atualizadas e precisas possível. Devemos ser transparentes sobre os dados que coletamos e a forma como os usamos.

Nossa estratégia é construída sobre uma forte cultura de responsabilidade corporativa. Nosso objetivo é inspirar e apoiar nossas pessoas ao envolver e desenvolver talentos com diversidade e criar um ambiente de trabalho inclusivo. Temos o compromisso de trabalhar com integridade sempre. Nos esforçamos para fazer a nossa parte no combate às mudanças climáticas e proteção do meio ambiente. Essa cultura responsável também nos ajuda a recrutar e manter pessoas com o conhecimento e a experiência de que precisamos para expandir nossa empresa e cumprir nossas metas de negócios sustentáveis.



Os dados de 1,3 bilhão de pessoas e 166 milhões de empresas do mundo todo nos são confiados, e tratar esses dados com respeito é essencial para manter essa confiança.”

CONTRIBUINDO COM OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DAS NAÇÕES UNIDAS (ODS)

Identificamos três dos ODS das Nações Unidas - e suas metas específicas - aos quais podemos dar a maior contribuição por meio do nosso foco estratégico de melhorar a saúde financeira:



1.4

META 1.4

Até 2030, garantir que todos os homens e mulheres, particularmente os pobres e vulneráveis, tenham direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso a serviços básicos, propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, herança, recursos naturais, novas tecnologias apropriadas e serviços financeiros, incluindo microfinanças.



8.10

META 8.10:

Fortalecer a capacidade das instituições financeiras nacionais para incentivar a expansão do acesso aos serviços bancários, de seguros e financeiros para todas as pessoas.



9.3

META 9.3:

Aumentar o acesso das pequenas indústrias e outras empresas, particularmente em países em desenvolvimento, aos serviços financeiros, incluindo crédito acessível e propiciar sua integração em cadeias de valor e mercados.

Também contribuimos com outros ODS, por exemplo com nosso compromisso de melhorar a diversidade e inclusão, combater a escravidão moderna e reduzir os impactos climáticos. Veja nosso Relatório Anual de 2021 para mais informações sobre nossos avanços nessas áreas.

[VER NOSSO RELATÓRIO ANUAL DE 2021](#)



IDENTIFICANDO NOSSAS PRIORIDADES - CONTINUAÇÃO

Nossas prioridades	Síntese da nossa abordagem	Saiba mais
<p>Melhorar a saúde financeira para todas as pessoas</p>	<p>Estamos melhorando a saúde financeira por meio do nosso core business, produtos de inovação social e investimentos na comunidade. Concentramo-nos em quatro aspectos principais da saúde financeira: aumentar o acesso a serviços financeiros, melhorar a educação financeira e sua confiança, apoiando as pessoas a administrar suas vidas financeiras e prevenir fraude e roubo de identidade.</p>	<p>→ VER PÁGINA 10</p>
<p>Tratar os dados com respeito</p>	<p>Como gestores dos dados que coletamos e utilizamos, temos a responsabilidade de garantir sua segurança, precisão e privacidade. Melhoramos continuamente nossa infraestrutura, práticas e cultura de segurança em toda a empresa por meio de nosso programa Security First. Temos o compromisso de obter, processar e utilizar os dados de forma correta e responsável. Temos processos rigorosos para garantir a precisão dos dados - desde o projeto de uma nova fonte de dados e obtenção de dados precisos até o monitoramento e aprimoramento da precisão dos dados ao longo do tempo, resolvendo quaisquer imprecisões. Também nos esforçamos para sermos transparentes sobre as informações que coletamos de consumidores(as) e terceiros e a forma como esses dados são usados e compartilhados.</p>	<p>➤ VER PÁGINAS 43-46 DO RELATÓRIO ANUAL</p>
<p>Inspirar e apoiar nossas pessoas</p>	<p>Nossa estratégia de pessoas é construir um futuro melhor, juntos. Estamos adotando formas de trabalho flexíveis e construindo um local de trabalho seguro e inclusivo. Continuamos comprometidos em recrutar e desenvolver os melhores talentos e ouvimos nossas pessoas para entender como podemos melhorar. Este ano reforçamos nosso foco na diversidade com novos objetivos para diversidade de gênero, com um recém-nomeado Head de Diversidade, Inclusão e Pertencimento para a América do Norte, novos grupos de afinidade dedicados e um compromisso público com os Princípios de Empoderamento das Mulheres, iniciativa ligada à ONU. Também estamos publicando nosso primeiro Relatório Global de Diversidade, Equidade e Inclusão em 2021.</p>	<p>➤ VER PÁGINAS 47-51 DO RELATÓRIO ANUAL</p> <p>➤ RELATÓRIO DE DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO</p>
<p>Trabalhar com integridade</p>	<p>Nosso Código de Conduta Global estabelece orientações claras para apoiar todas as pessoas na Experian a tomar as decisões certas. Os fornecedores devem dar o aceite aos nossos padrões éticos, ambientais, de direitos humanos e trabalhistas como parte de seus contratos conosco. Estamos comprometidos com o respeito aos direitos humanos e a defesa da Declaração Universal dos Direitos Humanos das Nações Unidas (DUDH) e os Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos (POs) em nossa empresa e cadeia de suprimentos. Contribuímos com esforços mais amplos para combater a escravidão moderna e oferecer apoio aos sobreviventes. Também somos um empregador credenciado no UK Living Wage Accredited Employer.</p>	<p>➤ VER PÁGINAS 51-53 DO RELATÓRIO ANUAL</p>
<p>Proteger o meio ambiente</p>	<p>Estabelecemos uma meta baseada na ciência este ano e estamos comprometidos em nos tornar carbono neutro em nossas próprias operações até 2030, reduzindo o uso de energia e mudando para energias renováveis, reduzindo viagens de negócios e investindo em projetos de alta qualidade para compensar quaisquer emissões remanescentes. Apoiamos publicamente a Força-Tarefa para Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD) e nossa classificação A- do CDP (anteriormente conhecido como Carbon Disclosure Project) nos coloca na liderança por nossa divulgação sobre riscos e oportunidades climáticas.</p>	<p>➤ VER PÁGINAS 53-56 DO RELATÓRIO ANUAL</p>

AVALIANDO NOSSO IMPACTO

Acompanhamos mensalmente as métricas do nosso progresso em cada região. O Conselho recebe relatórios sobre nosso desempenho regularmente e publicamos dados globais todos os anos em nosso Relatório Anual e Relatório de Negócios Sustentáveis.

O Impact Framework para nosso programa de negócios sustentáveis nos ajuda a alcançar melhorias comprovadas na saúde financeira através de nossas pessoas, produtos e lucro. Cada vez mais mensuramos e relatamos o impacto dos produtos e programas individuais, bem como seu alcance em conjunto.

Por exemplo, reportamos quantas pessoas nosso programa Social Innovation alcançou como um todo, mas também descrevemos o impacto de produtos de inovação social específicos sempre que possível - como a quantidade de dinheiro que as pessoas economizaram renegociando suas dívidas através de nosso portal de recuperação Limpa Nome no Brasil.

Utilizamos o modelo Business for Social Impact (B4SI, anteriormente London Benchmarking Group) para mensurar o impacto de nossos programas Social Innovation e de investimento na comunidade.

➤ VEJA A LISTA COMPLETA DE MÉTRICAS DE IMPACTO E DESEMPENHO NAS PÁGINAS 39-49

GOVERNANÇA

O CFO atua como patrocinador executivo do nosso programa ESG que se concentra em oportunidades e riscos ambientais, sociais e de governança, e o Secretário da Empresa supervisiona nosso programa de Responsabilidade Corporativa.

Ambos fazem parte do Comitê Executivo de Gestão de Riscos, que supervisiona como gerenciamos os riscos globalmente, incluindo riscos ESG.

Nossa cultura de inovação coloca as necessidades do(a) consumidor(a) e do cliente em primeiro lugar, e temos processos rígidos para garantir que incluamos considerações ESG críticas - como segurança de dados, precisão, privacidade e transparência - em nossos produtos e serviços. Estendemos nossos altos padrões aos fornecedores por meio de nossa estrutura de gerenciamento de risco de terceiros. Uma equipe

central e uma rede de lideranças regionais de responsabilidade corporativa, especialistas e comitês de direção em toda a empresa participam da gestão de nossos programas Social Innovation, investimentos na comunidade, saúde e segurança, meio ambiente e seus impactos.

GOVERNANÇA E INOVAÇÃO SOCIAL

O modelo de financiamento para produtos de inovação social está alinhado com nossa estrutura de inovação global. Nosso programa Social Innovation (ver página 20) é administrado por um comitê global organizado pelo Head Global de Inovação Social e presidido pelo Diretor Executivo Global de Decision Analytics.

O comitê também inclui nosso Diretor de Investimentos do Grupo, o Secretário Geral da Empresa e Head Global de Auditoria Interna, bem como representantes seniores de cada região. Um subcomitê faz a gestão de financiamentos de valores menores para apoiar ideias em estágios iniciais a fim de explorar suas viabilidades.

GERENCIANDO RISCOS

Identificar e gerenciar riscos é fundamental para o nosso negócio. Isso nos ajuda a agregar valor aos shareholders no longo prazo e proteger nossa empresa, nossas pessoas, ativos, capital e reputação.

O Conselho é responsável por manter e revisar a eficácia de nossos processos para identificar e gerenciar riscos de uma perspectiva estratégica, financeira e operacional. O Conselho e nosso Comitê

Executivo de Gestão de Riscos revisam nossos principais riscos continuamente. Cinco dos nove principais riscos do nosso negócio são relevantes para ESG e estão na tabela à direita.

Além desses riscos principais conhecidos e da pandemia da COVID-19, continuamos a identificar e analisar os riscos emergentes, incluindo os relacionados a ESG, como os riscos climáticos. Apoiamos publicamente a Força-Tarefa para Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD) e nosso status atual sobre as recomendações está no nosso Relatório Anual de 2021. Este ano também começamos a usar a estrutura de relatório do Sustainability Accounting Standards Board Index (SASB) para reportar questões materiais (ver página 50).

Seguimos o modelo Três Linhas de Defesa para gerenciar riscos. Os riscos pertencem à empresa e são gerenciados dentro dela, sendo revisados pelo menos trimestralmente. As equipes globais de governança revisam os riscos e controles, inclusive os relacionados à segurança da informação, conformidade e continuidade dos negócios. A Auditoria Interna Global avalia nossos riscos e controles de forma independente e objetiva.

Consulte nosso Relatório Anual de 2021 para mais informações sobre nossos principais riscos e processos de gerenciamento de riscos, incluindo nossa abordagem para gerenciar riscos ESG.

Principais riscos	Tópico ESG relacionado/prioridade de negócios sustentáveis
Perda ou uso inadequado de dados e sistemas	Tratar os dados com respeito (segurança de dados)
Nova legislação ou mudanças na aplicação regulatória	Potencial para impactar todas as pessoas - este ano, principalmente tratar os dados com respeito (privacidade de dados)
Não cumprimento de leis e regulamentos	Potencial para impactar todas as pessoas
Risco da conduta empresarial	Trabalhar com integridade
Dependência de pessoas altamente qualificadas	Inspirar e apoiar nossas pessoas

PRINCIPAIS POLÍTICAS

Publicamos as principais políticas ESG em nosso site global, incluindo:

- Código de Conduta Global
- Experian Anti-Corruption Framework
- Global Information Values
- Política Ambiental
- Política de Saúde e Segurança
- Princípios da Cadeia de Fornecedores
- Declaração contra a Escravidão Moderna e o Tráfico Humano
- Política Fiscal

USE ESSE LINK PARA ACESSAR NOSSO WEBSITE (EM INGLÊS)



ENGAJAMENTO COM STAKEHOLDERS

Grupo de stakeholders	Nosso engajamento	Tópicos de interesse	Nossa resposta
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Interações diárias com as equipes de Vendas, Produtos e Suporte • Relacionamento com o cliente e pesquisas de satisfação, monitoramento da lealdade do cliente • Respostas às solicitações de informação por parte do cliente • Envolvimento com clientes por meio de webinars, conselhos consultivos e conferências 	<p>Nossos clientes querem entender como podemos apoiá-los. Alguns exemplos: apoiando-os a atender melhor os seus clientes, proteger seus negócios contra fraudes e atender aos requisitos regulatórios. Eles também esperam que atendamos aos seus requisitos de fornecimento em segurança de dados e outros tópicos de sustentabilidade.</p>	<p>Fornecemos aos clientes as informações de que precisam, inclusive sobre temas de sustentabilidade. Monitoramos suas expectativas por meio de programas de experiência do cliente e usamos seu feedback para melhorar sua experiência com a Experian.</p> <p>Colaboramos com clientes em soluções para os principais desafios em nossos DataLabs em todo o mundo e sempre oferecemos oportunidades para os clientes explorarem como os dados e a tecnologia podem ajudá-los a lidar com as tendências do mercado.</p> <p>➤ MAIS INFORMAÇÕES EM NOSSO RELATÓRIO ANUAL 2021</p>
Consumidores(as)	<ul style="list-style-type: none"> • Campanhas de marketing • Atividades de assessoria de mídia • Canais de mídia social como o blog AskExperian, a campanha #CreditChat, os eventos CreditChatLive e Experian News • Parcerias com influenciadores digitais • Programas de assistência em defesa do(a) consumidor(a) • Assistência voluntária de funcionários(as) do Experian Education Ambassador • Programas de experiência do(a) consumidor(a) • Conselho de Consumidores(as) 	<p>Os(as) consumidores(as) querem saber como podemos ajudá-los a compreender seu score de crédito, acessar crédito e outros serviços financeiros, administrar dívidas, combater fraudes e roubos de identidade - todos tópicos relacionados ao aprimoramento de suas vidas financeiras. Eles também querem ter certeza de que os dados em seus perfis de crédito são precisos e sua privacidade está protegida.</p>	<p>Ajudamos os(as) consumidores(as) a compreender e melhorar seu score de crédito, e a se proteger de fraudes com nossos principais produtos, nossos programas Social Innovation e de investimentos na comunidade. Oferecemos aconselhamento por meio de mídias sociais – inclusive apoio durante a crise da COVID-19, promovendo nosso aconselhamento on-line com eventos ao vivo com nossos especialistas. Também conscientizamos sobre questões relevantes através de nossas campanhas de marketing e artigos na mídia.</p> <p>Usamos nossas relações públicas e campanhas de e-mails para promover nossos hubs COVID-19 no Reino Unido e Irlanda e também na América do Norte, ajudando as pessoas a administrar suas finanças durante a pandemia.</p> <p>Nossos colegas da América do Norte também foram voluntários(as) do Education Ambassadors e compartilharam conhecimentos através de programas sociais, eventos de clientes e outras interações com consumidores(as).</p> <p>Ouvimos e respondemos ao feedback dos(as) consumidores(as) sobre nossos produtos e serviços. Nosso Conselho de Consumidores na América do Norte nos ajudou a fortalecer o relacionamento com os(as) consumidores(as) por meio de assuntos relacionados ao crédito.</p> <p>Também adotamos políticas robustas e due diligence para garantir segurança, privacidade e precisão dos dados dos(as) consumidores(as). Nos empenhamos para agir com transparência com os(as) consumidores(as) sobre os dados que armazenamos.</p> <p>➤ MAIS INFORMAÇÕES EM NOSSO RELATÓRIO ANUAL 2021</p>



ENGAJAMENTO COM STAKEHOLDERS – CONTINUAÇÃO

Grupo de stakeholders	Nosso engajamento	Tópicos de interesse	Nossa resposta	
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> Investimento na comunidade, parcerias com organizações sem fins lucrativos e patrocínios Voluntariado corporativo Doações em serviços e produtos e trabalhos pro-bono Aconselhamento e apoio Programa Social Innovation Campanhas para aumentar a conscientização sobre tópicos relevantes para as comunidades 	<p>As comunidades querem saber como podemos apoiá-las abordando temas como inclusão e educação financeira, bem como outros problemas sociais locais ou regionais.</p> <p>Elas também vêm valor nas doações em serviços e produtos e no apoio pro-bono que nossa empresa pode oferecer para ajudá-las a atender suas necessidades.</p>	<p>O investimento na comunidade sempre foi um ponto central na nossa responsabilidade corporativa, com forte foco em iniciativas que apoiam a educação e a gestão financeira. Nossos(as) funcionários(as) se envolvem por meio do voluntariado e oferecemos suporte técnico para organizações sem fins lucrativos.</p> <p>Este ano lançamos um novo programa global, United for Financial Health, para melhorar a saúde financeira das comunidades vulneráveis mais afetadas pela COVID-19. Trabalhando com ONGs parceiras, esse programa nos permite direcionar nossos investimentos de forma mais eficaz para otimizar nosso impacto positivo nas comunidades mais vulneráveis.</p> <p>Muitos de nossos principais produtos e serviços de inovação social ajudam a melhorar a vida financeira, inclusive para os mais</p>	<p>vulneráveis das comunidades. Desenvolvemos novos produtos e serviços para apoiar os esforços de resposta e recuperação da COVID-19, muitos dos quais fornecemos a clientes e comunidades gratuitamente (como o COVID Radar no Brasil, ver página 28).</p> <p>Publicamos uma série de histórias pessoais poderosas que aumentam a conscientização sobre o impacto da exclusão financeira em comunidades vulneráveis por meio de nossa campanha "Identities of the World" com jornalistas independentes (ver página 29).</p> <p>Também apoiamos as economias locais por meio de empregos e pagamento de impostos.</p>
Funcionários(as)	<ul style="list-style-type: none"> Comunicações internas Diálogos periódicos e avaliações de desempenho com os gestores Pesquisas regulares de recursos humanos, pesquisas com novos(as) funcionários(as) e entrevistas de desligamento Engajamento do Comitê do Conselho de Remuneração Employee Resource Groups/Grupos de Recursos de Funcionários(as) e outras oportunidades de networking Feedback através da ferramenta on-line feedback.me Linha de Apoio confidencial 	<p>Nossas pessoas desejam se sentir valorizadas pelo trabalho que realizam, ter oportunidades de se desenvolver e desenvolver suas carreiras na Experian, ser devidamente recompensadas e fazer parte de uma cultura envolvente e positiva, na qual sentem que fazem diferença para a sociedade.</p>	<p>Ouvimos as nossas pessoas, celebramos o bom desempenho e as apoiamos na aprendizagem de novas competências e no desenvolvimento de suas carreiras.</p> <p>A cada ano, o Presidente do Comitê do Conselho de Remuneração participa de nosso Experian People Forum no Reino Unido & Irlanda para obter feedback de nossos(as) funcionários(as) em primeira mão. O fórum deste ano focou em nossos prêmios de reconhecimento e nosso apoio ao bem-estar e flexibilidade em resposta à COVID-19.</p>	<p>Usamos o feedback das pesquisas regulares com nossas pessoas para ajudar a tornar a Experian um ótimo lugar para trabalhar. Este ano adiamos nossa pesquisa anual mais ampla devido à COVID-19 e usamos pesquisas mais curtas, mas de envio regular, para nos comunicar com colegas durante a pandemia.</p> <p>Também oferecemos apoio para garantir o bem-estar de nossas pessoas durante a pandemia da COVID-19.</p>

 **MAIS INFORMAÇÕES NAS PÁGINAS 47-51 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL**

ENGAJAMENTO COM STAKEHOLDERS – CONTINUAÇÃO

Grupo de stakeholders	Nosso engajamento	Tópicos de interesse	Nossa resposta
Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> • Processo de compras • Site do fornecedor • Processo de avaliação de risco de fornecedor por terceiros 	Nossos fornecedores querem compreender nossas necessidades para criar oportunidades de negócios e desenvolver relacionamentos de longo prazo com a Experian. Isso inclui o entendimento de nossos requisitos sobre segurança de dados e outros tópicos de responsabilidade.	<p>Nosso objetivo é criar relacionamentos de colaboração com os principais fornecedores para melhorar a eficiência e garantir o bom desempenho. Temos um site dedicado a ajudar os fornecedores a entender nossas expectativas e requisitos éticos e conduzimos due diligence para garantir conformidade em questões críticas como segurança de dados e escravidão moderna.</p> <p>➤ MAIS INFORMAÇÕES NAS PÁGINAS 51-53 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL</p>
Governos	<ul style="list-style-type: none"> • Relações construtivas com os legisladores, incluindo interação com membros da alta administração • Respostas a consultas públicas sobre questões relevantes para nossa empresa 	Os legisladores, autoridades reguladoras e outros stakeholders desejam garantir que cumpramos as regulamentações e queremos garantir que os legisladores entendam como a política afeta nossa empresa, consumidores(as) e clientes. Fazemos isso demonstrando o papel que desempenhamos no apoio ao funcionamento eficaz dos ecossistemas de serviços financeiros e digitais.	<p>Monitoramos as regulamentações e adotamos políticas e processos que garantam conformidade. Os relatórios do Conselho do Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos incluem questões legais/regulatórias. Quaisquer assuntos governamentais relevantes também são analisados pelo Comitê de Auditoria e pelo Conselho.</p> <p>Participamos de eventos públicos para falar do papel que desempenhamos na facilitação do crédito justo e acessível para consumidores(as) e pequenas empresas. Estamos envolvidos com os legisladores para informar o desenvolvimento das legislações apropriadas e participamos de abordagens com diferentes stakeholders em consultas sobre políticas para fornecer aos legisladores uma melhor compreensão de nosso setor.</p> <p>Também nos envolvemos com várias organizações para enfrentar os desafios da sociedade, inclusive por meio do Fórum de Inclusão Financeira do Governo do Reino Unido.</p> <p>Este ano nos envolvemos com os legisladores em nossos principais mercados. Fornecemos dados e análises para ajudá-los a analisar as complexas decisões de saúde pública e economia necessárias para responder à pandemia da COVID-19.</p> <p>Envolvemo-nos com os legisladores de forma transparente e ética.</p>

ENGAJAMENTO COM STAKEHOLDERS – CONTINUAÇÃO

Grupo de stakeholders	Nosso engajamento	Tópicos de interesse	Nossa resposta
Acionistas	<ul style="list-style-type: none"> Atualizações financeiras trimestrais, Relatório Anual e Relatório de Negócios Sustentáveis Reuniões, conferências e sessões especiais sobre nossa empresa e nossas estratégias Respostas às perguntas dos investidores sobre tópicos financeiros, estratégicos e ESG (ambientais, sociais e de governança) Pesquisas e feedback regulares com investidores 	<p>Os investidores querem compreender nossa estratégia corporativa e resultados financeiros no contexto das tendências de mercado.</p> <p>Eles também querem entender como a Experian pode contribuir para atender aos desafios sociais e ambientais e conhecer nossa abordagem em relação a tópicos de ESG.</p> <p>Eles esperam que reportemos nosso desempenho de forma transparente, utilizando modelos reconhecidos.</p>	<p>Nosso objetivo é criar valor de longo prazo para os acionistas, investindo para aumentar nosso posicionamento nos mercados escolhidos, ao mesmo tempo em que impulsionamos forte desempenho financeiro e proporcionamos retorno para os acionistas.</p> <p>Comunicamo-nos e construímos relacionamentos com os acionistas por meio do nosso programa de relações com investidores, e consideramos suas opiniões sobre os negócios.</p> <p>Usamos feedback de reuniões de investidores para melhorar nossos relatórios ESG e respondemos a questionários ESG como Sustainalytics e MSCI, que os investidores usam como forma de expressar sua visões. A Experian é membro do índice FTSE4Good ESG desde 2012 e é destaque no S&P Global Sustainability Yearbook 2021 como líder ESG - pontuação entre os melhores 15% do setor de serviços.</p>
Especialistas em sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> Participação em iniciativas com múltiplos stakeholders Reuniões regulares com especialistas no assunto do meio acadêmico, institutos, organizações públicas, organizações não governamentais (ONGs) e pares de outras organizações 	<p>Os especialistas em sustentabilidade querem compreender nossos impactos sociais e ambientais e como a Experian pode contribuir com os desafios sociais. Eles também têm interesse em saber como podemos colaborar ou fazer parcerias em várias áreas para impulsionar o progresso em direção a objetivos comuns. Eles esperam que reportemos nosso desempenho em práticas ESG de forma transparente, compartilhemos as melhores práticas e continuamos desenvolvendo nosso programa ESG.</p>	<p>Relacionamo-nos com profissionais de sustentabilidade do meio acadêmico, organizações, clientes e várias instituições para compartilhar as melhores práticas e ajudá-los a entender como a Experian aborda suas principais questões de sustentabilidade.</p> <p>Usamos modelos externos como ISO 14001, Protocolo de Gases de Efeito Estufa, CDP e B4SI Framework (anteriormente conhecido como London Benchmarking Group), para administrar e reportar nossos impactos ambientais e contribuições de inovação social/na comunidade.</p>

➤ MAIS INFORMAÇÕES NAS PÁGINAS 38-57 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL 2021

DADOS DE DESEMPENHO DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS 2021

As métricas marcadas com o símbolo “Δ” nas tabelas abaixo foram objeto de revisão limitada pela PwC em 2020/21 - relatório de garantia na página 51. A forma como preparamos nossos dados de desempenho de negócios sustentáveis está definida em nosso documento Princípios e Metodologias de Reportes, disponível em nosso site www.experianplc.com/responsibility/data-and-assurance. Salvo indicação em contrário, os dados refletem o desempenho do período de 1 de abril de 2020 a 31 de março de 2021, que consta como '2021' nas tabelas.

➤ PARA MAIS INFORMAÇÕES SOBRE COMO PREPARAMOS NOSSOS DADOS DE DESEMPENHO DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS, VEJA NOSSOS PRINCÍPIOS E METODOLOGIAS DE RELATÓRIO EM NOSSO SITE.

Composição do conselho e do comitê executivo (e reportes diretos)

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Número total de membros do Conselho	número	11	9	11	12	10	10	12
Número de membros independentes do Conselho¹	número	8	6	7	8	6	6	8
% de diretoria não executiva independente	%	73	67	64	67	60	60	67
Número de mulheres	número	4	3	3	3	2	3	4
% de mulheres no Conselho	%	36	33	27	25	20	30	33
Composição de diretoria etnicamente diversa no Conselho	número	2	2	2	2	1	1	0

1. Inclui o presidente do conselho, Mike Rogers (independente na nomeação em 24 de julho de 2019) do ano fiscal 2020 em diante. O Presidente anterior do Conselho não foi classificado como independente nesses dados.

Os números são os mesmos dos relatórios anuais, em maio de cada ano.

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO - ETNIA	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Branços – Norte Americanos	número	3	3	4	4	4	4	6
Branços – Europeus	número	6	4	5	6	5	5	6
Grupos étnicos não brancos – Árabes	número	1	1	1	1	–	–	–
Grupos étnicos não brancos – Sul Americanos	número	1	1	1	1	1	1	–
Composição de diretoria etnicamente diversa no Conselho	número	2	2	2	2	1	1	0

Os números são os mesmos dos relatórios anuais, em maio de cada ano.

DIVERSIDADE DE GÊNERO NO COMITÊ EXECUTIVO E DIRETOS	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Comitê executivo e seus subordinados diretos	% de mulheres	26	24	24	25	29		

Os diretos excluem funções administrativas e de suporte.

Os números de 2021 se referem a maio de 2021. Os números do ano anterior são os enviados para Hampton Alexander Review durante o ano.

DADOS DO DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Funcionários(as) – Diversidade de gênero

DIVERSIDADE DE GÊNERO POR NÍVEL	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Lideranças Sênior	% de mulheres	32 ^A	30	31	32	30	29	28
População total de liderança sênior	número	869	806	762	718	710	681	680
Lideranças de nível médio	% de mulheres	35	35	35	35	35	35	35
Efetivo total	% de mulheres	44^A	44	44	45	45	45	44

DIVERSIDADE DE GÊNERO POR REGIÃO	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
América do Norte	% de mulheres	47	46	46	47	47	49	47
América Latina	% de mulheres	45	47	48	50	50	47	49
Reino Unido & Irlanda	% de mulheres	36	35	36	37	37	37	38
EMEA	% de mulheres	44	43	45	43	43	44	44
Ásia-Pacífico	% de mulheres	45	45	43	46	46	45	44
Efetivo total	% de mulheres	44	44	44	45	45	45	44

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Funcionários(as) – Diversidade de idade

DIVERSIDADE DE IDADE	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017
16-24	%	4,6	5,4	6,1	6,9	7,4
25-34	%	34,4	36,5	36,2	36,3	37,0
35-44	%	32,4	31,7	31,4	31,1	30,4
45-54	%	19,3	18,1	18,1	17,8	27,7
55-64	%	8,4	7,4	7,3	7,0	6,9
65+	%	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8

DIVERSIDADE DE IDADE POR REGIÃO	Unidade	Total	América do Norte	América Latina	RU & Irlanda	EMEA	Ásia-Pacífico
16-24	%	4,6	4,9	7,0	3,6	2,9	2,9
25-34	%	34,4	27,3	44,6	31,4	39,5	42,7
35-44	%	32,4	27,9	34,1	33,2	35,2	42,2
45-54	%	19,3	23,4	11,4	24,4	17,3	10,2
55-64	%	8,4	14,4	2,7	7,4	4,8	1,9
65+	%	0,9	2,1	0,2	0,2	0,3	0,2

Funcionários(as) – Diversidade étnica - EUA

DIVERSIDADE ÉTNICA E RACIAL NOS EUA POR ANO	Unidade	2021	2020	2019	2018
Asiáticos	%	18,8	19,3	18,0	16,0
Negros ou Afro-Americanos	%	7,9	6,4	6,2	8,3
Hispanicos ou Latinos	%	8,6	8,9	9,1	9,1
Branços	%	60,0	62,2	63,0	63,5
Outros	%	2,1	1,9	1,9	1,9
N/D	%	2,5	1,4	1,8	1,1

Outros incluem Nativos Americanos ou Nativos do Alasca, Nativos do Havaí ou das Ilhas do Pacífico e classificações de "Duas ou Mais Raças". N/D inclui não divulgado/disponível

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Funcionários(as) – Diversidade étnica – continuação EUA

	Unidade	Asiáticos	Negros ou Afro-Americanos	Hispânicos ou Latinos	Brancos	Outros	N/D
DIVERSIDADE RACIAL POR NÍVEL NOS EUA							
Lideranças sênior	%	12,8	1,5	4,2	79,7	0,6	1,2
Lideranças de nível médio	%	29,6	3,1	6,4	57,4	1,9	1,6
Efetivo total	%	18,8	7,9	8,6	60,0	2,1	2,5

Lideranças sênior = EB1-EB6, Lideranças de nível médio – EB7-EB8, Efetivo total = EB1-EB12

Funcionários(as) – Diversidade étnica – Reino Unido

	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
DIVERSIDADE ÉTNICA NO REINO UNIDO POR ANO								
Asiáticos e Britânico-asiáticos	%	2,9	–	1,8	1,6	1,8	1,9	2,2
Negros, Africanos, Caribenhos ou Afro-britânicos	%	0,8	–	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3
Mestiços ou de múltiplos grupos étnicos	%	0,9	–	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4
Brancos	%	20,0	–	24,8	26,2	26,9	27,5	29,9
Outros	%	0,2	–					
N/D	%	75,2	–	72,7	71,6	70,5	69,9	67,2

Funcionários(as) - composição

	Unidade	2021	2020	2019	2018
COMPOSIÇÃO DO EFETIVO POR REGIME					
Período integral	%	93	94	93	93
Meio período	%	3	2	3	3
Temporários	%	4	4	4	3
Prestadores de serviço	%	0	0	0	0

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Funcionários(as)

ENGAJAMENTO DOS FUNCIONÁRIOS(AS)	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Engajamento dos funcionários(as)	%	–	76	75	76	–	68	–

Reportamos o engajamento dos(as) funcionários(as) como um dos nossos principais indicadores de desempenho da empresa. No entanto, quando a pandemia da COVID-19 surgiu, implementamos rapidamente pesquisas mais curtas, mas de envio regular, para verificar a saúde e o bem-estar de nossas pessoas para poder responder rapidamente e apoiá-las. Portanto, nossa pesquisa anual com os(as) funcionários(as) foi adiada. Maiores detalhes na página 47 do nosso Relatório Anual do E21.

ROTATIVIDADE DE FUNCIONÁRIOS(AS)	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Taxa de rotatividade voluntária	%	10,1	11,6	12,3	11,0	11,5	13,0	14,9
Taxa de rotatividade involuntária	%	6,3	7,2	8,5	10,6	10,2	9,8	11,4
Rotatividade total	%	16,5	18,8	20,8	21,6	21,7	22,8	26,3

ACIDENTES COM AFASTAMENTO E NÚMERO DE DIAS PERDIDOS	Unidade	Acidentes com afastamento	Acidentes sem afastamento	Número total de acidentes	Dias perdidos
América do Norte	Número	2	1	3	15
América Latina	Número	3	0	3	46
Reino Unido & Irlanda	Número	0	2	2	0
EMEA	Número	0	0	0	0
Ásia-Pacífico	Número	1	1	2	106
Efetivo total	Número	6	4	10	167

TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES COM AFASTAMENTO	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Taxa de frequência de acidentes com afastamento	Por 1min. de hora trabalhada	0,2	0,49	0,34	0,52	0,52	0,8	0,69

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Social – Investimentos na Comunidade

DADOS DE INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE (DE ACORDO COM RELATÓRIO ANUAL DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS 2021)

	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Contribuições em investimentos na comunidade	US\$ '000's	10.319	8.424	8.536	7.746	6.959	5.968	6.347
Contribuições voluntárias	US\$ '000's	1.726	2.724	2.160	1.625	1.435	1.770	1.141
Total da Experian	US\$ '000's	12.045	11.147	10.696	9.371	8.394	7.738	7.488
% Benchmark PBT	%	0,95	0,89	0,89	0,81*	0,75	0,68	0,61

*As métricas de 2018 baseadas no Benchmark PBT foram atualizadas após a adoção do IFRS 15. Maiores detalhes na nota 3 das demonstrações financeiras do Grupo (página 118 do Relatório Anual 2019).

DADOS DE INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE (LISTA COMPLETA)

	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Fundos da Experian plc	US\$ '000's	3.942	3.690	3.391	2.955	3.359	3.272	3.310
Doações e investimentos financeiros das subsidiárias da Experian	US\$ '000's	3.754	3.077	3.651	2.781	2.237	1.594	1.565
Tempo de trabalho voluntário	US\$ '000's	725	1.943	1.528	1.524	1.243	1.296	1.173
Doações em serviços e produtos	US\$ '000's	1.947	737	712	711	648	620	503
Custos administrativos	US\$ '000's	1.677	1.700	1.414	1.401	907	957	937
Total da Experian	US\$ '000's	12.045	11.147	10.696	9.371	8.394	7.738	7.488

DADOS DO DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Social – Melhoria da Saúde Financeira

PERFIS DOS(AS) CONSUMIDORES(AS)	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Número de pessoas com perfis nos bureaus Experian	Bilhões de pessoas	1,28	1,20	1,00	0,95	0,93	0,86	0,82

ACESSO GRATUITO AO SCORE DE CRÉDITO	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
América do Norte	Milhões de pessoas	41	29,5	19	14	9	4	–
América Latina	Milhões de pessoas	59	45	32	22	11	–	–
Reino Unido & Irlanda	Milhões de pessoas	10	7,5	5,6	4	2	–	–
Número total de pessoas usando a Experian para acessar suas pontuações de crédito de forma gratuita	Milhões de pessoas	110	82	57	40	22	4	–

LIMPA NOME	Unidade	2021	2020	2019
Valor das dívidas do Limpa Nome com ofertas de renegociação aceitas pelos(as) consumidores(as)	\$bn	7,8	2,7	0,5
Valor dos pagamentos feitos para quitar as dívidas renegociadas	\$bn	1,1	0,4	0,1
Valor das dívidas amortizadas para os(as) consumidores(as)	\$bn	6,7	2,3	0,4
Número de pessoas beneficiadas pelo Limpa Nome	Milhões de pessoas	8,3	2,9	0,6

O portal Limpa Nome permite que o(a) consumidor(a) renegocie suas dívidas, podendo optar por aceitar ou não o valor inferior renegociado e o plano de amortização. Os dados acima referem-se às ofertas aceitas e representam um subconjunto de um número maior de dívidas renegociadas na plataforma.

IMPACTO DO SOCIAL INNOVATION	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017
Receita gerada por produtos de inovação social	\$m	64	22	7	4	2
Receita total gerada por meio de produtos de inovação social desde 2013 (cumulativa)	\$m	103	40	17	10	7
Pessoas beneficiadas por nossos produtos de inovação social	Milhões de pessoas	28	14	7	9	2
Total de pessoas alcançadas por nossos produtos de inovação social desde 2013 (cumulativo)	Milhões de pessoas	61	35	21	13	4

UNITED FOR FINANCIAL HEALTH	Unidade	2021
Pessoas beneficiadas pelo programa United for financial Health (cumulativo)	Milhões de pessoas	35

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Emissão de Carbono – visão geral

Para refletir com precisão nosso consumo de eletricidade renovável, estamos mudando nossas principais métricas da emissão do Escopo 2 baseada na localização (Location Based) para a baseada no mercado (Market Based). Nosso compromisso de carbono neutro, nosso compromisso de compensação e nossas metas baseadas na ciência são fundamentados em nossa emissão de carbono baseada no mercado.

EMIÇÃO ABSOLUTA DE CO₂	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Escopo 1	000's t CO ₂ e	2,2 ^A	3,0	3,6	3,9	4,4	4,4	4,8
Escopo 2 (baseada no mercado)¹	000's t CO ₂ e	14,3	22,1	25,6	28,0	34,2	36,6	–
Total Escopo 1 e 2 (baseada no mercado)	000's t CO ₂ e	16,5	25,1	29,2	31,9	38,6	41,0	–
Escopo 3 (somente transporte aéreo)²	000's t CO ₂ e	0,3	15,2	14,3	14,1	12,8	12,1	n/a
Emissão total – Escopo 1, 2 e 3 (baseada no mercado)	000's t CO₂e	16,8	40,3	43,5	46,0	51,4	53,1	–

VARIAÇÃO ANUAL NA EMISSÃO DE CO₂	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Total Escopo 1 e 2 (baseada no mercado)	%	-34	-15	-8	-20	-8	–
Emissão de CO₂ Escopo 1, 2 e 3 (baseada no mercado)	%	-58	-7	-5	-11	-3	–

EMIÇÃO DE CO₂ COMPARÁVEIS	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Emissão de Escopo 1 e 2 (baseada no mercado) dividida por receita – por \$1M de receita	t/CO ₂ e	3,1	4,8	6,0	6,8	8,9	9,7	–
Emissão de Escopo 1, 2 e 3 (baseada no mercado) dividida por receita – por \$1M de receita	t/CO ₂ e	3,1	7,8	8,9	9,9	11,9	12,5	–
Emissão de Escopo 1, 2 e 3 (baseada no mercado) dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	t/CO ₂ e	0,9	2,3	2,5	2,8	3,2	3,5	–

VARIAÇÃO ANUAL NA EMISSÃO DE CO₂ COMPARÁVEIS	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Emissão de CO₂ de Escopo 1, 2 e 3 (baseada no mercado) dividida por receita – por \$1.000 de receita	%	-60	-12	-10	-17	-5	–
Emissão de Escopo 1, 2 e 3 (baseada no mercado) dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	%	-61	-8	-11	-13	-9	–

1 Calculado com emissão de carbono de Escopo 2 baseada no mercado. Calculamos a emissão de Escopo 2 baseada no mercado usando fatores da emissão de carbono do fornecedor de eletricidade, quando disponíveis. Quando os fatores do fornecedor não estão disponíveis, usamos os fatores de emissão de carbono residual, quando disponíveis. Se os fatores de emissão de carbono residual não estiverem disponíveis, usamos os fatores de emissão de carbono com base na localização.

2 O Escopo 3 inclui a emissão de carbono de viagens aéreas globais. No Ano Fiscal 2021, a emissão de carbono de viagens aéreas foi calculada usando fatores de emissão de carbono de Forçamento Radiativo (FR) pela primeira vez e pretendemos continuar com esse tipo de reporte no futuro. Para efeito de comparação, o valor não reportado por FR seria de 0,1. Em anos anteriores, rastreamos e reportamos apenas a emissão de Escopo 3 relacionada a viagens aéreas. No Ano Fiscal 2021, contratamos especialistas externos para realizar uma avaliação completa de nossa emissão de Escopo 3. Utilizamos modelos de melhores práticas e uma combinação de dados financeiros e de aquisições disponíveis para o Ano Fiscal 2019, o último ano completo antes das circunstâncias excepcionais da COVID-19. Essa análise inicial estimou nossa referência de a emissão de Escopo 3 no E19 em 495,3 mil toneladas. Consulte a página 56 do Relatório Anual E21 para obter mais informações.

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Emissão de Carbono – visão geral (continuação)

Também reportamos abaixo nossa emissão de carbono com base na localização para manter a integridade e a transparência.

EMISSION DE CO₂ ABSOLUTA	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Escopo 1	000's t CO ₂ e	2,2 ^A	3,0	3,6	3,9	4,4	4,4	4,8
Escopo 2 (baseada na localização)	000's t CO ₂ e	22,2 ^A	25,5	29,8	33,0	37,0	38,0	40,9
Total Escopo 1 e 2 (baseada na localização)	000's t CO ₂ e	24,4	28,5	33,4	36,9	41,4	42,4	45,7
Escopo 3 (somente transporte aéreo)	000's t CO ₂ e	0,3	15,2	14,3	14,1	12,8	12,1	n/a
Emissão total – Escopo 1, 2 e 3 (baseada na localização)	000's t CO₂e	24,7	43,7	47,7	51,0	54,2	54,5	57,9

EMISSION DE CO₂ COMPARÁVEIS	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Escopo 1 e 2 (baseada na localização) dividida por receita – por \$1M de receita	t/CO ₂ e	4,5	5,5	6,9	8,0 ¹	8,9	9,3	9,5
Emissão de Escopo 1, 2 e 3 (baseada na localização) dividida por receita – por \$1M de receita	t/CO ₂ e	4,6	8,4	9,8	11,0 ²	11,7	12,0	12,0
Emissão de Escopo 1, 2 e 3 (baseada na localização) dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	t/CO ₂ e	1,4	2,5	2,8	3,1	3,0	3,3	3,5

A emissão de carbono com base na localização. Calculamos a emissão de Escopo 2 baseada na localização usando os fatores de emissão de carbono para eletricidade da Agência Internacional de Energia (IEA).

1 A métrica de intensidade de 2018 com base na receita foi atualizada após a adoção do IFRS 15. Consulte a nota 3 das demonstrações financeiras do Grupo na página 118 do Relatório Anual de 2019 para obter mais detalhes. A métrica reportada em nosso Relatório Anual de 2018: 7,8 quilogramas de CO₂e por US\$ 1.000.

2 A métrica de intensidade de 2018 com base na receita foi atualizada após a adoção do IFRS 15. Consulte a nota 3 das demonstrações financeiras do Grupo na página 118 do Relatório Anual de 2019 para obter mais detalhes. A métrica reportada em nosso Relatório Anual de 2018: 10,8 quilogramas de CO₂e por US\$ 1.000.

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Emissão de Carbono – discriminação por atividade

COMPOSIÇÃO DA EMISSÃO DE CO ₂ (BASEADA NO MERCADO)	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Imóveis (escritórios e data centers)	000's t CO ₂ e	15,4	23,1	27,1	29,7	36,1	38,4
Viagens (aéreas + terrestres: veículos alugados e próprios)	000's t CO ₂ e	1,4	17,2	16,4	16,3	15,3	14,7
Emissão total de CO₂	000's t CO₂e	16,8	40,3	43,5	46	51,4	53,1

EMIÇÃO DE CO ₂ DOS ESCRITÓRIOS (BASEADA NO MERCADO)	Unidade	2021
Emissão de CO ₂	000's t CO ₂ e	10,7
Emissão de CO ₂ dividida por receita – por \$1M de receita	t/CO ₂ e	2,0
Emissão de CO ₂ dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	t/CO ₂ e	0,6

EMIÇÃO DE CO ₂ DOS DATA CENTERS (BASEADA NO MERCADO)	Unidade	2021
Emissão de CO ₂	000's t CO ₂ e	4,6
Emissão de CO ₂ dividida por receita – por \$1M de receita	t/CO ₂ e	0,9
Emissão de CO ₂ dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	t/CO ₂ e	0,3

EMIÇÃO DE CO ₂ DE TRANSPORTES (VIAGENS AÉREAS + VEÍCULOS PRÓPRIOS E ALUGADOS)	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Emissão de CO ₂	000's t CO ₂ e	1,4	17,2	16,4	16,3	15,3	14,7
Emissão de CO ₂ dividida por receita – por \$1M de receita	t/CO ₂ e	0,3	3,3	3,4	3,5	3,5	3,5
Emissão de CO ₂ dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	t/CO ₂ e	0,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Também reportamos abaixo nossa emissão de carbono baseada na localização para manter a integridade e a transparência.

COMPOSIÇÃO DA EMISSÃO DE CO ₂ (BASEADA NA LOCALIZAÇÃO)	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Imóveis (escritórios + data centers)	000's t CO ₂ e	23,3	26,5	31,3	34,7	38,9	39,8	42,9
Viagens (aéreas + terrestres: veículos alugados e próprios)	000's t CO ₂ e	1,4	17,2	16,4	16,3	15,3	14,7	15,0
Emissão total de CO₂	000's tCO₂e	24,7	43,7	47,7	51,0	54,2	54,5	57,9

DADOS DE DESEMPENHO – CONTINUAÇÃO

Consumo de energia

CONSUMO TOTAL DE ENERGIA	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017
Consumo de energia	GWh	76,0	80,0	95,0	89,0	99,0
Consumo de energia dividida por receita – por \$1M de receita	MWh	14,1	15,4	19,5	19,1	22,8
Consumo de energia dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	MWh	4,3	4,5	5,5	5,4	6,3
Consumo de energia normalizado por área total – por pé quadrado (0,0929 m²)	kWh	24,6	29,1	32,7	29,8	34,6

CONSUMO DE ENERGIA DOS ESCRITÓRIOS	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Consumo de energia	GWh	40,0	44,0	55,0	51,0	63,0	74,0	79,0
Consumo de energia dividida por receita – por \$1M de receita	MWh	7,0	9,0	11,0	11,0*	21,0	22,0	22,0
Consumo de energia dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	MWh	2,2	2,5	3,2	3,1	3,5	3,8	4,0

A energia utilizada nos prédios de escritórios é predominantemente elétrica.

CONSUMO DE ENERGIA DOS DATA CENTERS	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017
Consumo de energia	GWh	36,0	36,0	40,0	38,0	36,0
Consumo de energia dividida por receita – por \$1M de receita	MWh	6,7	7,0	8,2	8,2	8,3
Consumo de energia dividida por funcionários(as) efetivos (FTE)	MWh	2,0	2,0	2,3	2,3	2,3

Os Data Centers utilizam 100% energia elétrica.

ELETRICIDADE RENOVÁVEL	Unidade	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Proporção de eletricidade de fontes renováveis	%	34	29	–	–	–		
Proporção de eletricidade de fontes renováveis ou de baixo carbono	%	–	–	26	27	26		

SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD INDEX (SASB)

Começamos a reportar de acordo com os padrões do Sustainability Accounting Standards Board Index (SASB) pela primeira vez este ano. O índice abaixo representa nossa resposta às métricas do SASB para o setor de comércio e serviços cujos padrões estamos adotando este ano.

	Tópico	Métrica contábil	Código	Nossa resposta
Tópicos de divulgação de sustentabilidade e métricas contábeis	SEGURANÇA DE DADOS	Descrição da abordagem para identificar e lidar com os riscos de segurança de dados	SV-PS-230a.1	➤ VER PÁGINA 43 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL DE 2021
		Descrição das políticas e práticas relacionadas à coleta, uso e armazenamento de informações do cliente	SV-PS-230a.2	➤ VER PÁGINAS 45-46 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL DE 2021
		Número de violações de dados, porcentagem envolvendo informações comerciais confidenciais de clientes ou informações de identificação pessoal e número de clientes afetados	SV-PS-230a.3	Exceto por questão de registro público, a Experian não divulga essas informações devido ao sigilo comercial e do cliente.
Métricas de atividade	DIVERSIDADE & ENGAJAMENTO DOS(AS) FUNCIONÁRIOS(AS)	% de representação de gênero e grupo racial / étnico na gestão executiva e entre todos(as) os(as) outros(as) funcionários(as)	SV-PS-330a.1	Reportamos a diversidade de gênero e de raça/etnia. ➔ VER PÁGINAS 40-42
		Taxa de rotatividade de funcionários(as) (voluntária e involuntária)	SV-PS-330a.2	Reportamos as taxas de rotatividade voluntária e involuntária. ➔ VER PÁGINA 43
		Engajamento dos(as) funcionários(as) (%)	SV-PS-330a.3	Reportamos o engajamento dos(as) funcionários(as) como um dos principais indicadores de desempenho da empresa. Quando a pandemia da COVID-19 surgiu, implementamos rapidamente pesquisas mais curtas, mas de envio regular, para verificar a saúde e o bem-estar de nossos(as) funcionários(as) para poder oferecer rapidamente o apoio correto. Nossa pesquisa de funcionários(as) anual 2020/21 foi portanto adiada. Consulte a página 47 do nosso Relatório Anual para obter mais detalhes. Para ver os números de engajamento dos(as) funcionários(as) dos anos anteriores, consulte a página 43. ➤ VER AS PÁGINAS 47-51 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL DE 2021
Métricas de atividade	INTEGRIDADE PROFISSIONAL	Descrição da abordagem para garantir a integridade profissional	SV-PS-510a.1	➤ VER PÁGINA 51 DO NOSSO RELATÓRIO ANUAL DE 2021
		Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados à integridade profissional	SV-PS-510a.2	Exceto por questão de registro público, a Experian não divulga essas informações devido ao sigilo comercial e do cliente.
		Número de funcionários(as): tempo integral e parcial, temporários e prestadores de serviço	SV-PS-000.A	➔ VER PÁGINA 42
		Horas trabalhadas por colaborador e % faturável	SV-PS-000.B	Não se aplica à nossa empresa.



SEDE CORPORATIVA

Experian plc
Newenham House
Northern Cross
Malahide Road
Dublin 17
D17 AY61
Irlanda

T +353 (0) 1 846 9100

SEDES OPERACIONAIS REGIONAIS

Experian
The Sir John Peace Building
Experian Way
NG2 Business Park
Nottingham
NG80 1ZZ
Reino Unido

T +44 (0) 115 941 0888

Experian
475 Anton Boulevard
Costa Mesa
CA 92626
Estados Unidos

T +1 714 830 7000

Serasa Experian
Av. Doutor Heitor
José Reali 360
CEP 13571-385
São Carlos
Brasil

T +55 11 3004 7728

WEBSITE DA EMPRESA



www.experianplc.com (global)
www.serasaexperian.com.br

RESPONSABILIDADE CORPORATIVA



www.experianplc.com/responsibility/ (global)
www.serasaexperian.com.br/sobre-nos/sustentabilidade/

RELATÓRIO ANUAL 2021



www.experianplc.com/investors/report/