



BRASILCAP

Relatório Anual 2021

Sumário

Apresentação

ASG: conscientização e imersão da Brasilcap

Mensagem da Diretoria

A Brasilcap

Governança corporativa

Desempenho 2021

Portfólio e clientes

Portfólio 2021

Clientes

Cultura organizacional

Atuação em sustentabilidade

Anexo GRI

Créditos

Apresentação

GRI 102-46

O Relatório Anual 2021 da Brasilcap apresenta a todos os públicos com os quais a Companhia se relaciona (clientes, acionistas, parceiros de negócios, colaboradores, fornecedores, entidades setoriais e órgão regulador) os principais destaques de seu desempenho e de suas atividades no ano.

Seu conteúdo também resume os progressos nos principais aspectos Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) pertinentes à Brasilcap. Para registrar os importantes avanços realizados em 2021, esta edição do Relatório Anual tem como tema principal a conscientização de toda a Companhia nas questões ASG e o estímulo à imersão dos colaboradores em tópicos relevantes sobre sustentabilidade – incluindo o potencial que a capitalização tem de gerar impacto positivo e de ser agente de transformação para toda a sociedade.

Relatório resume os destaques de 2021 na Brasilcap

Além desses avanços, o Relatório Anual dá detalhes sobre a *performance* econômico-financeira em 2021; o portfólio de produtos de capitalização oferecidos pela Companhia e as ações de comunicação e atendimento com os clientes, e ainda as iniciativas internas de gestão e desenvolvimento de pessoas.

Pelo sétimo ano consecutivo, os dados da publicação e os indicadores de desempenho foram apurados de acordo com as normas da Global Reporting Initiative (GRI), no nível Essencial. Os temas materiais da Brasilcap orientam o conteúdo e estão demarcados nos capítulos que os abordam em maior profundidade, assim como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) correlacionados a cada tema.

O endereço eletrônico relatorioanual@brasilcap.com.br está aberto ao público para acolhimento de dúvidas, sugestões e solicitações de informações sobre este Relatório Anual. A Brasilcap agradece a todos e deseja uma boa leitura. GRI 102-53

ASG: conscientização e imersão da Brasilcap

Nos últimos anos, a sigla **ASG (Ambiental, Social e Governança)** se tornou uma parte importante do planejamento e da estratégia de empresas de todos os portes e segmentos de atuação. Isso vale para a capitalização como um todo e para a Brasilcap também. A Companhia vem amadurecendo cada vez mais a gestão dos principais temas ASG que impactam suas atividades e o relacionamento com seus públicos de interesse.



De forma objetiva, são apresentados, a seguir, os principais progressos de 2021 em cada uma das três dimensões. O capítulo *Atuação em sustentabilidade* traz mais detalhes sobre o tema.

Ambiental

A gestão racional dos impactos ambientais diretos e indiretos decorrentes das atividades da Brasilcap, contribuindo para a sustentabilidade da Companhia.

A

Social

A atuação da Brasilcap em iniciativas internas e externas voltadas ao desenvolvimento social e à criação de valor compartilhado com todos os públicos.

S

Governança

As estruturas de administração e as boas práticas de governança corporativa e ética empresarial que garantem a transparência da gestão da Brasilcap.

G



Ambiental Social Governança

Por meio da inovação, a Brasilcap oferece produtos e serviços mais ambientalmente sustentáveis

A letra “A” em ASG significa “ambiental”

A contribuição que as empresas têm a dar ao esforço global para reduzir impactos negativos sobre o meio ambiente inclui a mitigação da mudança climática, diminuição de consumo de energia e de recursos naturais, iniciativas de reciclagem e reúso de resíduos e investimento em educação ambiental, entre outras ações.

- 1 A **Agenda 30 BB**, observada por todas as empresas do Grupo Banco do Brasil, **tem o uso consciente de recursos naturais** como um de seus principais direcionadores
- 2 Com o **investimento em digitalização** de produtos, processos e serviços, a Companhia reduz a necessidade de papel e de impressões, **diminuindo sua pegada ambiental** – indicador que mede o uso de recursos e o impacto no meio ambiente associados às atividades de indivíduos e organizações. Quanto menor a pegada, menor o impacto
- 3 Passo importante dessa jornada é a mudança para **uma nova sede administrativa** em 2022, localizada em um edifício com modernos recursos para **controle de impacto ambiental, buscando eficiência na gestão energética, de resíduos sólidos e hídrica**



Ambiental Social Governança

Educação financeira e apoio a projetos de saúde, educação, esporte e cultura são os destaques

O “S” em ASG significa “social”

Em resumo, são as ações de impacto social positivo direto ou indireto que estão inseridas na estratégia e nas atividades das empresas. Enquanto referência no setor brasileiro de capitalização, a Brasilcap busca explorar as possibilidades da criação de valor para a sociedade por meio de suas soluções e serviços.

1

A Brasilcap oferece produtos da modalidade **Filantropia Premiável (Doadin e Parcela Premiável)**, que viabiliza a doação de valores para instituições beneficentes e ONGs com projetos sociais

2

Em 2021, **R\$ 40,3 milhões** provenientes de doações do Parcela Premiável e do Doadin foram repassados à **Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD)**, entidade que oferece assistência médico-terapêutica de excelência em ortopedia e reabilitação, visando prestar as melhores condições para o aprimoramento funcional, sensorial, emocional e cognitiva de pessoas com deficiência

3

Ainda em 2021, a Companhia investiu o total de **R\$ 515 mil** em projetos nas áreas de educação, esporte, saúde e assistência social, que beneficiaram mais de 9 mil pessoas

4

Por meio do **Programa de Educação Financeira (Educap)**, a Brasilcap dissemina conhecimentos de disciplina financeira e planejamento econômico



Ambiental Social Governança

Um robusto Programa de Integridade eleva a transparência na gestão e reforça a conduta ética de todos os funcionários da Brasilcap

Já o “G” corresponde a “governança corporativa”

São os processos e políticas que organizam a estrutura de gestão de uma organização. Sob a ótica da sustentabilidade, as boas práticas de governança têm impacto benéfico para o mundo dos negócios, ao inserir na tomada de decisão as questões ASG e ao reduzir riscos de condutas irregulares por parte das empresas, promovendo a ética, a transparência, a lisura concorrencial e a integridade corporativa.

1

A Brasilcap conta com **Código de Ética e Conduta, Programa de Integridade e Programa de Compliance** em sua estrutura de governança

2

Diversos documentos, políticas e normativos internos **foram revisados ou publicados em 2021**, alinhando a Brasilcap com as melhores práticas de integridade

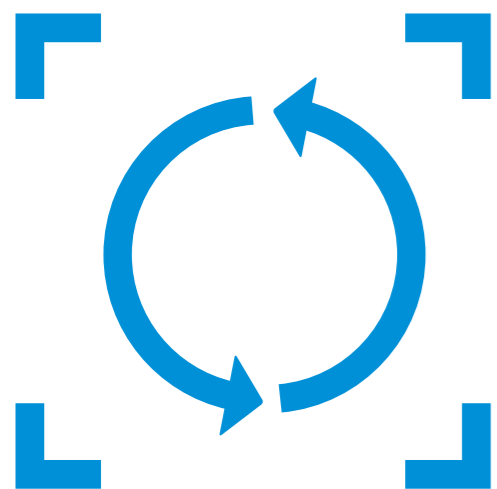
3

O **Programa de Aprendizagem Contínua em Integridade e Compliance** reforça o engajamento e o conhecimento sobre boas práticas de ética corporativa

4

Em 2021, a Companhia passou a contar também com uma **Diretoria de Gestão de Riscos e Controles Internos** para aprimorar o monitoramento de riscos

Mensagem da Diretoria GRI 102-14



Retomada. Transformação. Esperança.

Três palavras que representam bem o ano de 2021 para o Brasil e para o mundo. Após um período de instabilidades, incertezas e fragilidades em decorrência do cenário desafiador provocado pela pandemia de covid-19, os últimos doze meses para a Brasilcap – empresa de capitalização da BB Seguros – foram abastecidos de união, trabalho e vontade de fazer a diferença e de retomar o curso normal da vida e impulsionar os negócios.

Os momentos mais importantes desse período marcante estão resumidos no Relatório Anual 2021. Além de apresentar o desempenho e os resultados do ano que passou, o documento também assinala o esforço em prol de uma cultura corporativa focada nos temas ambientais, sociais e de governança (ASG) mais relevantes para a Companhia. Todo o público interno passou por uma imersão nesses temas durante 2021, em uma jornada para construir uma Brasilcap mais resiliente e sustentável.

No ano em que o mercado de capitalização completou 92 anos de história em nosso país, o impacto econômico causado pela pandemia do novo coronavírus reforçou a importância dos títulos de capitalização enquanto instrumento de disciplina financeira e reserva de valor. Aliás, a versatilidade da capitalização está em voga. Com os avanços regulatórios, o setor “desabrochou” e criou possibilidades de negócios em sinergia com outros mercados e segmentos.

Na Brasilcap, esse viés é patente. Seguimos com o portfólio mais versátil do mercado que atuando em praticamente todas as modalidades da capitalização: Tradicional, Incentivo, Popular, Filantropia Premiável e Instrumento de Garantia. Seja para ações sociais ou promocionais, garantia para locação de um imóvel, estímulo à disciplina financeira, sempre acoplado ao aspecto lúdico dos sorteios. Ser agente de transformação na vida das pessoas e na sociedade: é o propósito da Brasilcap. É o que nos move. E, no 26º ano de sua trajetória, a empresa seguiu focada na geração de valor para todos os seus públicos e, sobretudo, ajudando as pessoas a realizarem seus planos.

E por falar em realização de objetivos, em 2021, a Companhia distribuiu R\$ 67 milhões em prêmios em todo o Brasil. Durante o período, 16,1 mil títulos foram contemplados, o que representa aproximadamente R\$ 266 mil entregues por dia útil contribuindo para a transformação positiva na vida das pessoas e na sociedade, além da disciplina financeira promovida com seus produtos. No exercício, a Brasilcap alcançou um faturamento de R\$ 4,3 bilhões. As reservas técnicas ficaram em R\$ 7,9 bilhões, enquanto os ativos totais atingiram a marca de R\$ 9,7 bilhões. O lucro líquido foi de R\$ 3,5 milhões.

O Ourocap, solução perfeita para disciplina financeira e composição de reserva futura atrelada a sorteios, da modalidade Tradicional, e produto de maior destaque do portfólio, seguiu com resultados expressivos em 2021: 90% do total comercializado. Outro destaque do ano foi o Cap Fiador, solução para garantia locatícia imobiliária, da modalidade Instrumento de Garantia, que teve um aumento significativo em vendas: 70,4%. Um bom presságio para o ano de 2022, já que reforça uma das principais ambições da Companhia para 2022: intensificar os negócios em “mar aberto”, alcançando maior atuação nos mais diversos canais e balcões.

Definitivamente, a capitalização é uma solução com grande capacidade de se integrar a outros produtos e mercados. Ainda sobre o portfólio da Brasilcap, que capta a versatilidade propiciada pelo negócio, destaque também para o Doadin, solução 100% digital da modalidade Filantropia Premiável, que tem como objetivo arrecadar recursos para entidades beneficentes, como a AACD. A categoria, inclusive, tem apresentado desempenho promissor no mercado, e, para fazer frente às oportunidades, a Brasilcap reforçou sua estratégia de atuação para estabelecimento de parcerias com novos distribuidores de seus produtos. No ano passado, considerando a totalidade do mercado brasileiro de capitalização, os produtos dessa linha contribuíram com um aporte que ultrapassou a marca de R\$ 1 bilhão às entidades que realizam ações de cunho social.

Como citado no início deste texto, o ato de transformar esteve presente em 2021. Na Brasilcap, o ano foi marcado por transformações importantes e estratégicas. Com 45 anos de experiência nos setores financeiro e bancário, Nelson de Souza assumiu a presidência da empresa de capitalização em outubro. Foi também nesse mês que a Companhia implementou a nova Diretoria de Gestão de Riscos e Controles Internos.

Em 2021, a Brasilcap iniciou um processo inédito em sua trajetória de 26 anos: a mudança de sede para o Edifício Ventura, no centro do Rio de Janeiro. A partir de 2022, estaremos todos de casa nova, em um ambiente moderno e com padrões de referência em construções sustentáveis e inteligentes. Mais do que uma mudança de sede, a Companhia vem trabalhando em uma mudança de *mindset* com o objetivo de fortalecer a nova cultura organizacional.

Ao longo dessa jornada desafiadora e de muito aprendizado, pudemos, mais uma vez, contar com a dedicação e o comprometimento dos nossos 237 colaboradores. Com eles, foi possível fazer a diferença e alcançar façanhas importantes: a Companhia conquistou, pelo segundo ano seguido, o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, no segmento Previdência e Capitalização.

Também obteve, pelo 11º ano consecutivo, o Certificado de Empresa Cidadã, reconhecimento do Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRCRJ), que incentiva a excelência na gestão contábil e socioambiental. A Brasilcap ficou ainda entre as melhores do país no Prêmio Estadão Empresas Mais 2021, na categoria Serviços Financeiros – Capitalização. A #BrasilcapNãoPara e segue firme para alcançar resultados extraordinários em consonância com as definições do nosso Planejamento Estratégico para o ciclo 2022-2024.

Agradecemos o protagonismo de todos que participam desta caminhada e contribuem para que a Brasilcap siga sendo uma empresa referência no mercado de capitalização. Mais uma vez, mostramos que, com excelência, inovação, adaptabilidade e comprometimento, retomamos o que é essencial, transformamos o que é necessário e esperamos por tempos melhores que estão por vir. Nas próximas páginas, detalhamos a nossa jornada em 2021.

Boa leitura.



Nelson de Souza
Presidente



Marcelo Gonçalves Farinha
Diretor Comercial



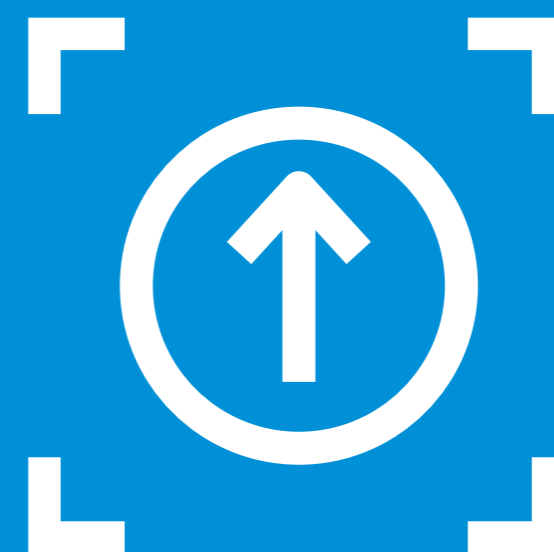
Frederico Queiroz Filho
Diretor de Clientes,
Produtos e TI



Carlos Hamilton Araújo
Diretor de Gestão de
Riscos e Controles
Internos



Denis dos Santos Moraes
Diretor de Controladoria,
Finanças e Atuária



A Brasilcap



TEMA MATERIAL:
GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA

Considerada empresa referência no setor de capitalização, a Brasilcap está presente em todos os estados e no Distrito Federal – tendo contemplado, em 2021, cerca de 16 mil títulos

Empresa de capitalização do Grupo BB Seguros, a Brasilcap Capitalização S.A. é uma das líderes do mercado brasileiro e considerada referência para o setor

Criadora do conhecido título de capitalização Ourocap, a Brasilcap conquistou entre 1995 e 2021 a marca de 14,7 milhões de clientes, tendo distribuído mais de R\$ 2,4 bilhões em prêmios nos últimos 26 anos. [GRI 102-1](#), [102-5](#), [102-7](#)

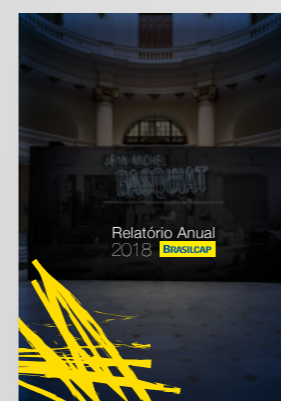
Fundada em 1995, a Brasilcap oferece produtos de capitalização nas modalidades Tradicional, Instrumento de Garantia, Filantropia Premiável e Incentivo. São títulos que possibilitam a acumulação de reservas, contribuições para entidades filantrópicas por meio da cessão dos valores de resgate, soluções para garantias locatícias e viabilização de ações promocionais, entre outras finalidades. Os produtos da Brasilcap são comercializados em todo o território nacional por meio dos canais do Banco do Brasil e por empresas parceiras. [GRI 102-2](#), [102-4](#), [102-6](#)

Com investimentos em inovação e tecnologia e um olhar atento às demandas dos consumidores, a Companhia busca diversificar ainda mais suas soluções, oferecidas por meio dos canais do Banco do Brasil e através de outros parceiros comerciais. Conheça mais sobre os produtos Brasilcap no capítulo *Portfólio e clientes*.

A Brasilcap também almeja ser referência em práticas ambientais, sociais e de governança (ASG) em seu setor. Sua atuação é pautada pelos Princípios da Sustentabilidade em Seguros (PSI), conjunto de recomendações promovido pela Iniciativa Financeira da Organização das Nações Unidas (Unep-FI da ONU). De forma pioneira no Brasil, a Brasilcap foi a primeira empresa de capitalização a aderir ao PSI. [PS1](#)

A Companhia dá o exemplo ao mercado ao atuar em práticas com foco no cliente, ética, integridade empresarial, gestão de pessoas e governança corporativa e ao apoiar direta e indiretamente uma variedade de iniciativas de impacto socioambiental positivo. Como reconhecimento, a Companhia venceu pelo segundo ano o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, no segmento Previdência e Capitalização. A Brasilcap também foi incluída entre as melhores no segmento de capitalização na edição 2021 do *ranking* Estadão Empresas Mais, elaborado pelo jornal *O Estado de S. Paulo*. Foi o quinto ano consecutivo em que a Brasilcap figurou no *ranking*. [PS2](#), [PS3](#), [PS4](#)

Ainda em 2021, pelo 11º ano consecutivo a Brasilcap foi eleita “Empresa Cidadã” pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRCRJ), título dado a organizações que se destacam pela qualidade das informações contábeis e socioambientais publicadas em seus relatórios anuais.



Visão, Valores & Propósito GRI 102-16

A Brasilcap planeja e executa suas atividades de acordo com os seguintes princípios:

Visão

Ser reconhecida como a melhor empresa de capitalização, com soluções inovadoras e atuação focada na geração de valor para clientes, acionistas, funcionários e a sociedade

Propósito

Ser agente de transformação na vida das pessoas e na sociedade

Valores

- > Adaptabilidade
- > Comprometimento
- > Excelência
- > Inovação

O Propósito da Brasilcap, definido em 2021, levou em consideração a percepção dos colaboradores em relação ao relevante papel de agente de transformação positiva exercido pela Companhia, especialmente por meio de disciplina financeira e distribuição de premiações. A Visão também foi atualizada em relação à definição vigente em 2020, com destaque para a menção à geração de valor para os *stakeholders* e à busca por soluções inovadoras para a capitalização – orientações contempladas no planejamento estratégico.

Materialidade

Ao lado de seu Propósito, de sua Visão e de seus Valores, a Brasilcap também considera sua matriz de materialidade – a lista dos temas com impactos mais relevantes para suas atividades – na estratégia e na gestão. Aprovada pelos dirigentes da Companhia em janeiro de 2020, a materialidade foi construída com o apoio de uma consultoria especializada a partir de entrevistas e pesquisas com representantes dos públicos de interesse da Brasilcap (clientes, acionistas, parceiros de negócios, fornecedores, entidades setoriais e colaboradores). GRI 102-40, 102-42, 102-43

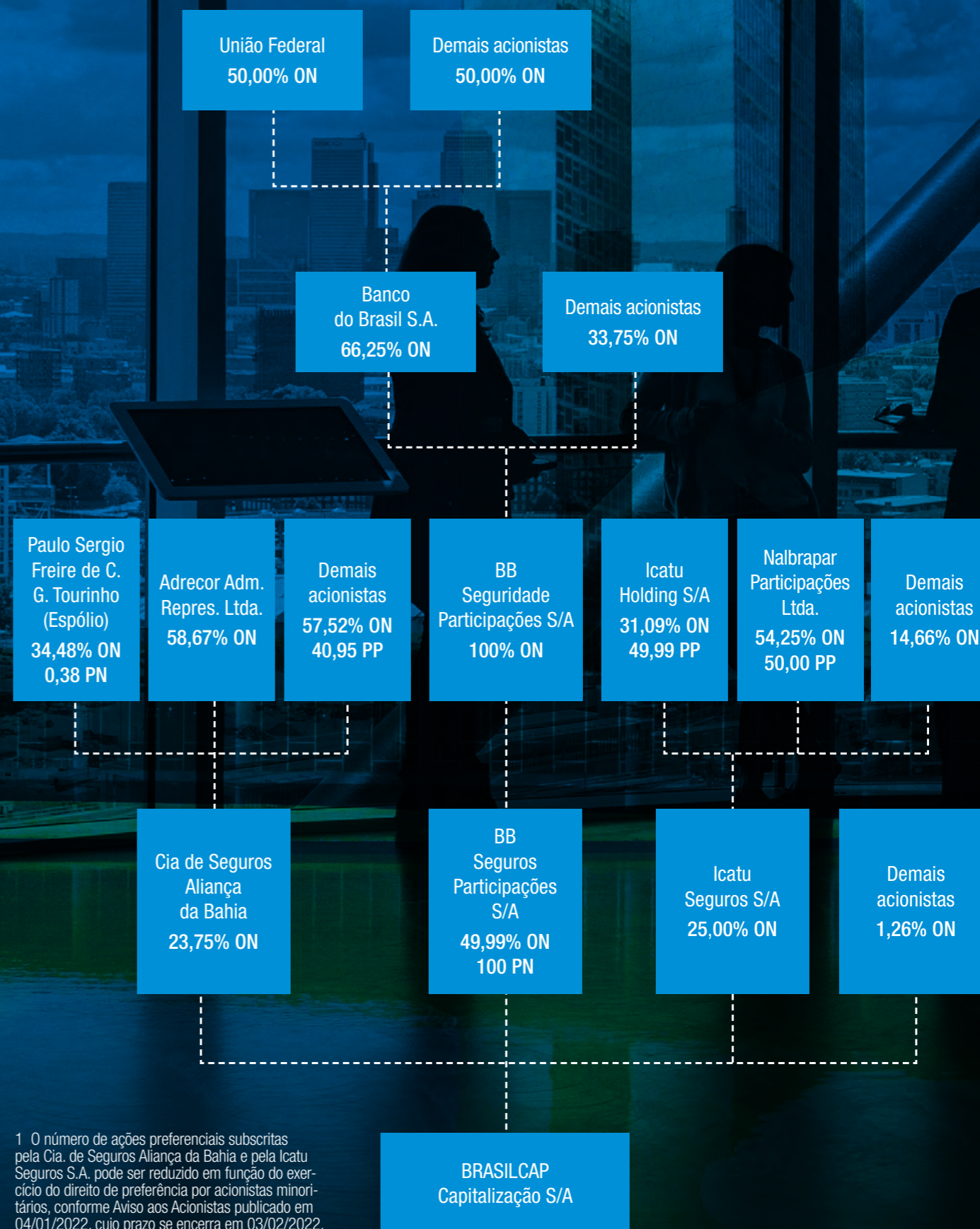
Os temas com impactos mais relevantes relacionados às atividades da Brasilcap são considerados na estratégia e gestão da Companhia

São sete os temas materiais da Brasilcap. Esses temas ocupam papel importante na estratégia da Companhia e em sua gestão de sustentabilidade. Em 2021, pela primeira vez, os temas foram integrados ao ciclo de planejamento estratégico para o período 2022-2024, contribuindo para direcionar a criação de valor para além das metas financeiras. No quadro a seguir, estão listados os temas materiais por ordem de relevância para a Brasilcap. Além da abordagem dada a cada tópico, o quadro ainda inclui a correlação dos temas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Com isso, é possível entender como a Companhia pode contribuir, por meio de sua gestão, para o cumprimento dos ODS (cujas definições podem ser consultadas no Anexo GRI deste Relatório). Todos os temas causam impactos dentro e fora da Brasilcap.

Nossos temas materiais GRI 102-44, 102-47

Tema material	Abordagem	ODS correlatos
1 Relacionamento com clientes	Diversificação, simplificação e maior eficácia nos canais de relacionamento; maior engajamento e comunicação com os clientes (atuais e potenciais); reforço na transparência e na credibilidade	  
2 Portfólio de produtos	Ressignificação e diversificação dos produtos, para atender às expectativas do cliente e do mercado; conversão da característica de oferta por produtos e soluções com base na demanda de clientes	
3 Desempenho econômico	Equilíbrio de riscos, política de investimento e estratégia comercial em um cenário de taxa de juros reduzida; ampliação da operação com eficiência e otimização de custos; financiamento de projetos e ações para a inovação	
4 Cultura e ambiente de inovação	Amadurecimento da cultura de inovação; redução de níveis hierárquicos e desburocratização; rediscussão de papéis internos e do propósito da Companhia	  
5 Governança e transparência	Esclarecimento à estrutura societária na tomada de decisão; ampliação da transparência; integração da sustentabilidade aos órgãos de governança	 
6 Competitividade diante de novos entrantes	Aprofundamento das discussões sobre o tema, determinando fatores críticos de sucesso, o estabelecimento de novas parcerias e de novos negócios	 
7 Produtos com apelo socioambiental	Desenvolvimento de produtos apoiados em causas sociais e ambientais; avaliação dos impactos do portfólio na cadeia de valor e dos impactos sociais na vida das pessoas	 

Composição acionária¹



Governança corporativa

A estrutura de governança e de gestão da Brasilcap atende às exigências regulatórias da Superintendência de Seguros Privados (Susep) e segue as melhores práticas sugeridas pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Três são os instrumentos principais de promoção e manutenção da ética entre os colaboradores e os demais *stakeholders* da Companhia: o Código de Ética e Conduta, o Programa de Integridade e o Programa de Compliance.

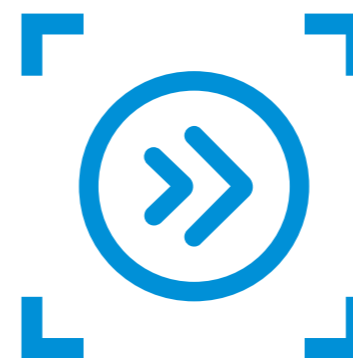
O Código de Ética e Conduta da Brasilcap aborda a aplicação dos Valores corporativos da Companhia no cotidiano e detalha o comportamento e a postura esperados de todos os integrantes do público interno, incluindo diretores e conselheiros. Contém orientações específicas sobre conflitos de interesse, combate à corrupção, responsabilidade socioambiental e comportamento no ambiente de trabalho, entre outros temas. Em 2021, o Código foi revisado como parte do processo de atualização da gestão normativa.

O Programa de Integridade visa elevar a transparência na gestão e reduzir riscos de violações de leis, regulamentos setoriais e/ou a prática de qualquer ato lesivo contra entidades públicas e privadas. Suas atividades compõem um conjunto de mecanismos e procedimentos voltados à integridade, contando com o comprometimento da alta administração. O Programa prevê a análise periódica de riscos ligados à governança, à implementação de controles internos e à promoção de treinamentos periódicos sobre esses temas. [GRI 103-2, 103-3 | 205](#)

Já o Programa de Compliance cuida do gerenciamento dos riscos de conformidade legal, assegurando o efetivo cumprimento de regulamentos externos e internos e o combate de desvios éticos. Estabelece diretrizes para prevenção, detecção e correção de práticas inadequadas ou divergentes das leis e, como o Programa de Integridade, que abrange todo o público interno, prestadores de serviço, fornecedores e parceiros. [GRI 103-2, 103-3 | 205, 205-2](#)

A programação de treinamentos anticorrupção é permanente e também se aplica a todos os colaboradores, Diretores, conselheiros, jovens aprendizes e estagiários. Os recém-contratados passam por capacitações sobre o tema no momento de sua integração. Com o Programa de Aprendizagem Contínua em Integridade e Compliance, há o reforço periódico dos conteúdos, com ênfase nas ações anticorrupção. [GRI 103-2, 103-3 | 205, 205-2](#)

Outras referências para a governança corporativa são a Política de Integridade, a Política de Responsabilidade Socioambiental e a Política de Relacionamento com o Cliente, além de um conjunto de normas internas sobre ética (Anticorrupção, Oferta e Recebimento de Presentes, Prevenção e Combate à Lavagem de Dinheiro, Prevenção à Fraude). Estas são aplicáveis a todo o público interno e também a prestadores de serviços, fornecedores e parceiros.



EVOLUÇÕES NA GOVERNANÇA E NA ESTRATÉGIA EM 2021

A Brasilcap promoveu várias mudanças em sua governança e no processo de construção de seu Planejamento Estratégico. Em termos da estrutura de gestão, o destaque foi a criação de duas Diretorias, a de Controladoria, Finanças e Atuária (primeira diretoria não estatutária na história da Companhia) e a de Gestão de Riscos e Controles Internos (leia mais em *Gestão de riscos*).

Na melhoria contínua, foi iniciada a automação e o refinamento da gestão normativa e implementados indicadores para análise de benefícios pós-projetos. Durante 2022, prosseguirão a construção da base completa de processos internos, a reformulação das diretrizes de gestão de continuidade de negócios (GCN) e a padronização dos normativos de nível tático e estratégico. Leia mais sobre o novo processo de planejamento estratégico em *Cultura organizacional*.

GESTÃO DE RISCOS

A criação de uma Diretoria de Gestão de Riscos e Controles Internos na Brasilcap contribui para o aprimoramento do monitoramento e do tratamento dos riscos corporativos inerentes às suas atividades. A nova Diretoria foi aprovada em setembro de 2021. A medida atende à Resolução do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) nº 416, que dispõe sobre controles internos, estrutura de gestão de riscos e auditoria interna nas entidades do mercado segurador.

As áreas internas realizam a autoavaliação e o acompanhamento dos riscos ligados às suas tarefas, monitorados de acordo com a relevância para o setor de capitalização. As principais categorias acompanhadas são os riscos de subscrição, crédito, operacional, mercado e liquidez. Foram aplicados nas avaliações conceitos relacionados a aspectos socioambientais. A principal referência para a gestão de riscos corporativos são as normas do Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), mundialmente adotadas.

Os processos de gestão de riscos e de controles internos são atualizados periodicamente, com verificações de efetividade, conformidade legal e adequação normativa. O Plano Anual de Riscos e Controles (PARC) define ações e prazos para as atividades e metas a serem cumpridas pelas equipes. O indicador de eficiência de controles internos apresentou uma eficácia de 83%, 13 pontos percentuais a mais do que em 2020, o que demonstra o aprimoramento da gestão.

Os processos da Brasilcap que envolvem gestão de riscos e controles internos são revisados periodicamente, incluindo verificação de indicadores e metas

Especificamente em relação aos riscos de corrupção, estes passam por ciclos de autoavaliação executada pelos gestores (1ª linha) com apoio da gerência de Riscos Corporativos (2ª linha), aplicadas na elaboração de projetos e execução de processos. O Programa de *Compliance* prevê ações voltadas ao monitoramento e à mitigação desses riscos, incluindo riscos de conflito de interesse envolvendo a Brasilcap e/ou seus colaboradores e administradores.

Um total de 399 macroatividades foi considerado pela gestão de riscos; dessas, 56 (14,04%) passaram por avaliações de riscos relacionados à corrupção, como suborno, fraude e outros. As descrições desses riscos não são divulgadas publicamente por motivos estratégicos. Não houve casos de corrupção confirmados no ano. [GRI 205-1, 205-3](#)



PRIVACIDADE DO CLIENTE GRI 103-2, 103-3 | 418

Desde 2020, a Companhia instituiu a Política de Privacidade e Proteção de Dados e a Política Corporativa de Gestão de Dados. Os documentos formalizam os compromissos e as diretrizes assumidas na proteção dos dados pessoais de terceiros e as responsabilidades dos colaboradores no processo. Por meio de um Portal de Privacidade, é feita a gestão das solicitações dos titulares de dados pessoais controlados pela Companhia. Com os avanços recentes na oferta de produtos digitais de capitalização, a Brasilcap tem intensificado seus esforços na privacidade e proteção de dados pessoais. Para o trabalho de adequação às exigências da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), promulgada em 2020, foi criado um grupo multidisciplinar que permaneceu ativo em 2021, voltado à evolução da maturidade da Brasilcap em privacidade e proteção de dados.

Foi instituída uma Gerência de Equipe de Privacidade e Proteção de Dados, voltada à condução de ações, rotinas e processos que envolvam a segurança dos dados empregados nas atividades da Companhia. A área de Auditoria Interna também avaliou a aderência da Brasilcap à atual legislação. Não foi identificada qualquer ocorrência envolvendo a segurança e a privacidade dos dados pessoais de clientes em 2021. GRI 418-1

No âmbito normativo, um item sobre confidencialidade de informações foi adicionado ao Código de Ética e Conduta da Brasilcap. O documento também passou a considerar a Política de Privacidade e Proteção de Dados entre suas referências básicas. Complementarmente, foram publicadas a Norma de Retenção e Descarte de Dados Pessoais, com diretrizes aplicáveis à guarda e à eliminação de registros de dados pessoais de clientes, colaboradores e fornecedores, e a Norma Gerir Privacidade e Proteção de Dados (que estabelece papéis, regras e responsabilidades sobre o tema).

A Brasilcap atuou com prioridade na proteção de dados de terceiros e gestão dos processos em 2021

Semana da Segurança da Informação

Em novembro, a Brasilcap realizou sua primeira Semana da Segurança da Informação, com palestras e atividades sobre o tema. Entre os assuntos abordados, estiveram boas práticas de segurança cibernética, conscientização sobre riscos e comportamentos adequados para

evitar fraudes e ataques virtuais. Na ocasião, os colaboradores passaram por um teste de *phishing*, de modo a aferir o nível de maturidade do público interno diante desse tipo de ameaça e identificar ações necessárias para elevar a segurança diante de situações similares.

CANAL DE ÉTICA

A Brasilcap mantém um Canal de Ética dedicado a acolher relatos de comportamentos que violem os princípios do Código de Ética e Conduta e quaisquer outras infrações à lei. Também recebe denúncias ligadas a atos de corrupção e demais queixas referentes à integridade corporativa. A responsabilidade pelo Canal cabe à área de Capital Humano e as demandas são avaliadas pelos grupos apuradores estabelecidos.

O Canal de Ética pode ser acessado no *site* (<https://canaldeetica.com.br/brasilcap/#home>) ou por telefone (0800-377-8003). O acesso é aberto a todos os públicos da Companhia, pode ser sigiloso (se o usuário preferir) e o anonimato é garantido em todas as fases da apuração da ocorrência. As denúncias consideradas procedentes são investigadas de forma imparcial junto às áreas envolvidas.

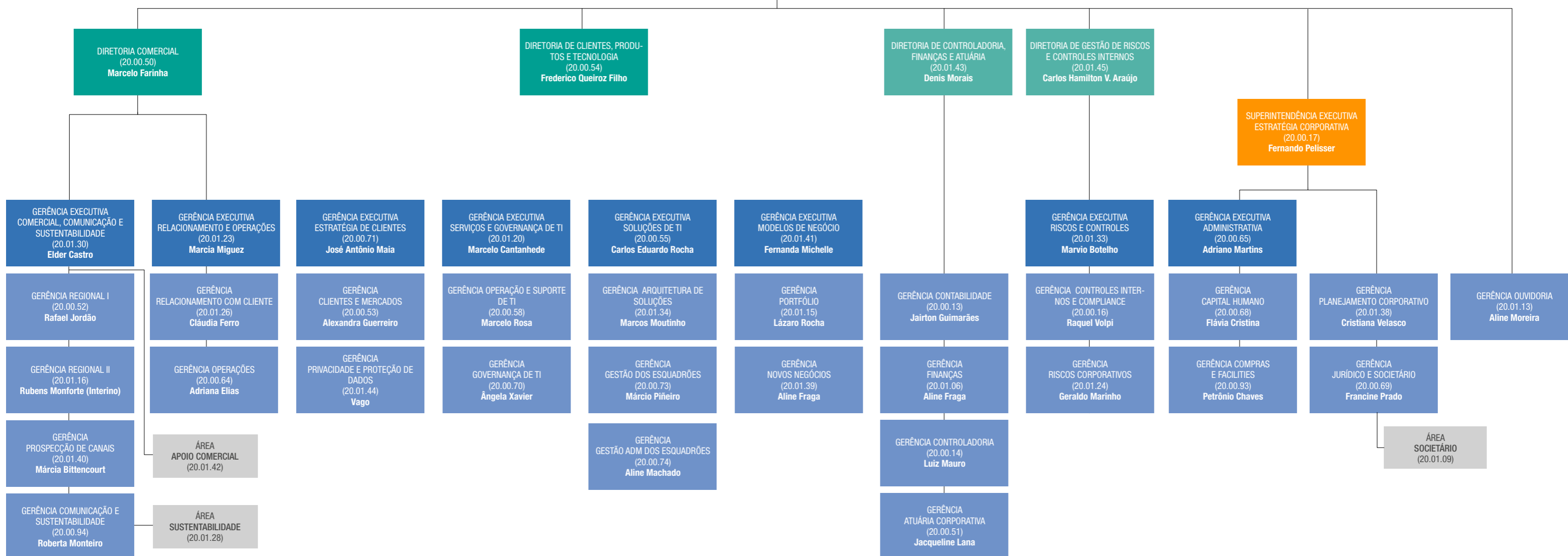
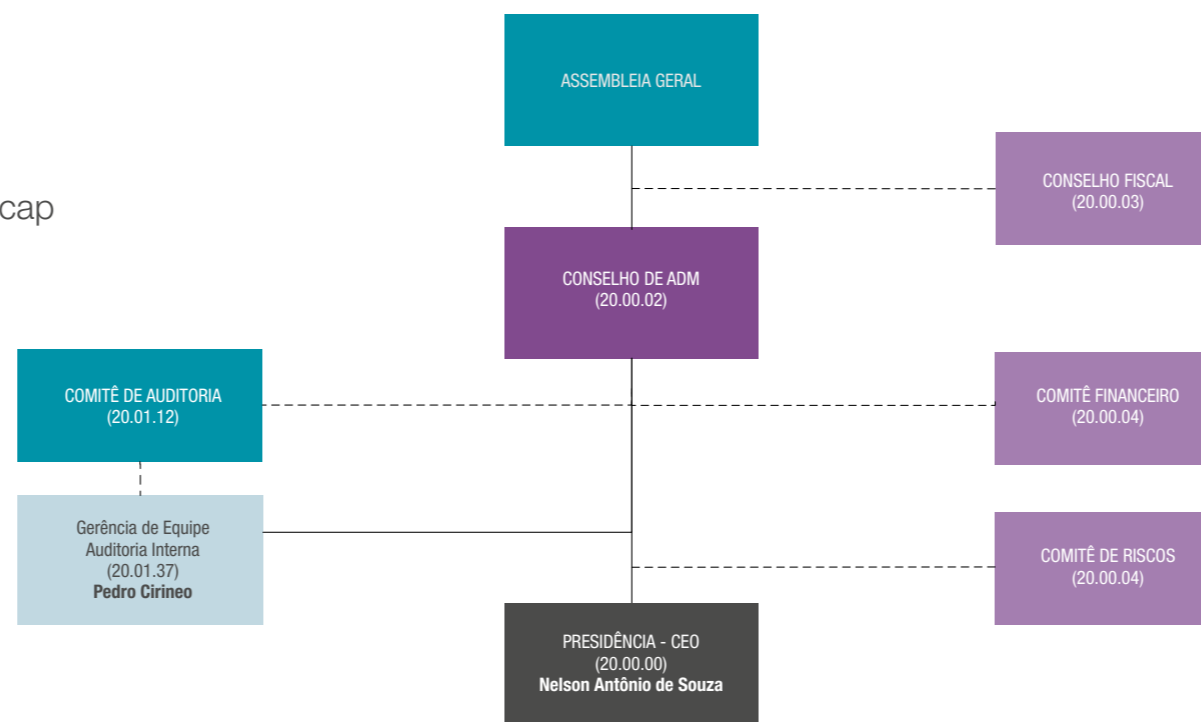
Organograma e alta administração em 2021

GRI 102-18

Com as mudanças na estrutura de governança, a Brasilcap encerrou o ano com o seguinte organograma:

Unidade Organizacional

Unidade de Assessoria



A composição dos órgãos da alta administração ao fim do ano era a seguinte: GRI 102-18

Órgão	Membro	Cargo
Conselho de Administração	Ullisses Christian Silva Assis	Presidente do Conselho
	Gustavo Leipnitz Ene	Conselheiro
	Mariangela Fialek	Conselheira
	Marcelo Pacheco dos Guarany's	Conselheiro
	Maria do Carmo Nabuco de Almeida Braga	Conselheira
	Silvano Gianni	Conselheiro
Diretoria	Nelson Antônio de Souza	Presidente
	Marcelo Farinha	Diretor Comercial
	Frederico Queiroz Filho	Diretor de Clientes, Produtos e Tecnologia
	Dênis Morais	Diretor de Controladoria, Finanças e Atuária
	Carlos Hamilton V. Araújo	Diretor de Gestão de Riscos e Controles Internos
Conselho Fiscal	Jônathas Assunção Salvador Nery de Castro	Presidente do Conselho
	Albérico Machado Mascarenhas	Conselheiro
	Marcelo Sampaio Cunha Filho	Conselheiro
	Márcio Santiago Câmara	Conselheiro

INDIVÍDUOS DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA GRI 102-8

	2019	2020	2021
Conselho de Administração	12	12	10
Conselho Fiscal	5	7	8
Conselho de Auditoria	3	3	3
Comitê Financeiro	12	12	12
Total	32	33	33



Marcelo Farinha é reeleito Presidente da FenaCap

GRI 102-12, 102-13

A Federação Nacional de Capitalização (FenaCap) é a associação civil que representa institucionalmente as empresas brasileiras do setor de capitalização. Em novembro, o Diretor Comercial da Brasilcap, Marcelo Farinha, foi reeleito presidente da FenaCap, em chapa única, para um segundo mandato de dois

anos. Além de Farinha, o Diretor de Clientes, Produtos e Tecnologia da Companhia, Frederico Queiroz, foi escolhido como um dos vice-presidentes da FenaCap. Também em representação relevante, o Diretor de Controladoria, Finanças e Atuária, Denis Morais, atuará como suplente do Conselho Fiscal da Federação.



Desempenho 2021

GRI 103-2, 103-3 | 201



TEMAS MATERIAIS:

DESEMPENHO ECONÔMICO
COMPETITIVIDADE DIANTE
DE NOVOS ENTRANTES

Em 2021, a Brasilcap foi responsável por cerca de 20% da receita total da capitalização brasileira

O mercado de capitalização cada vez mais se posiciona como uma plataforma de negócios – fruto de investimentos em inovação, da captura de novas demandas e da oferta de soluções sob medida para clientes de variados perfis. Em 2021, a Brasilcap foi protagonista nesse mercado, sendo responsável por aproximadamente 20% da receita total do setor, que conta com 16 companhias.

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS GRI 201-1

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO (R\$)

	2019	2020	2021
Receitas	6.326.327,84	5.565.450,88	5.437.248,87

VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (R\$)

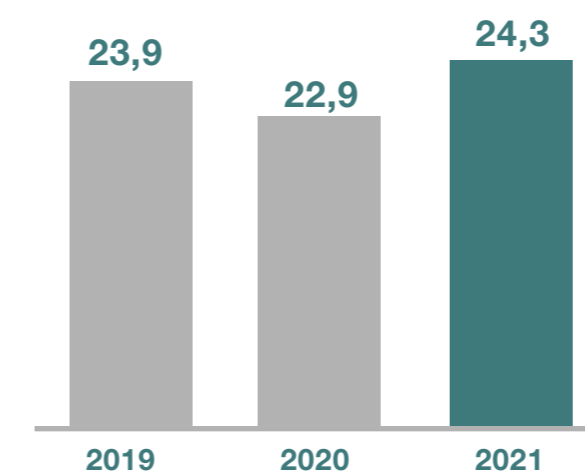
Distribuído	2019	2020	2021
Custos operacionais	6.154.618,00	5.299.065,61	5.420.852,31
Salários e benefícios de empregados	54.851,00	56.417,00	57.973,00
Pagamentos a provedores de capital	40.747,00	61.544,00	834,16
Pagamentos ao governo	94.755,87	133.860,00	34.463,00
Investimentos na comunidade	2.437,00	3.194,00	566,76
Total	6.347.408,87	5.554.080,61	5.514.689,23

VALOR ECONÔMICO RETIDO (R\$)

	2019	2020	2021
“Valor econômico direto gerado” menos “Valor econômico distribuído”	60.160,00	97.257,00	2.677,84

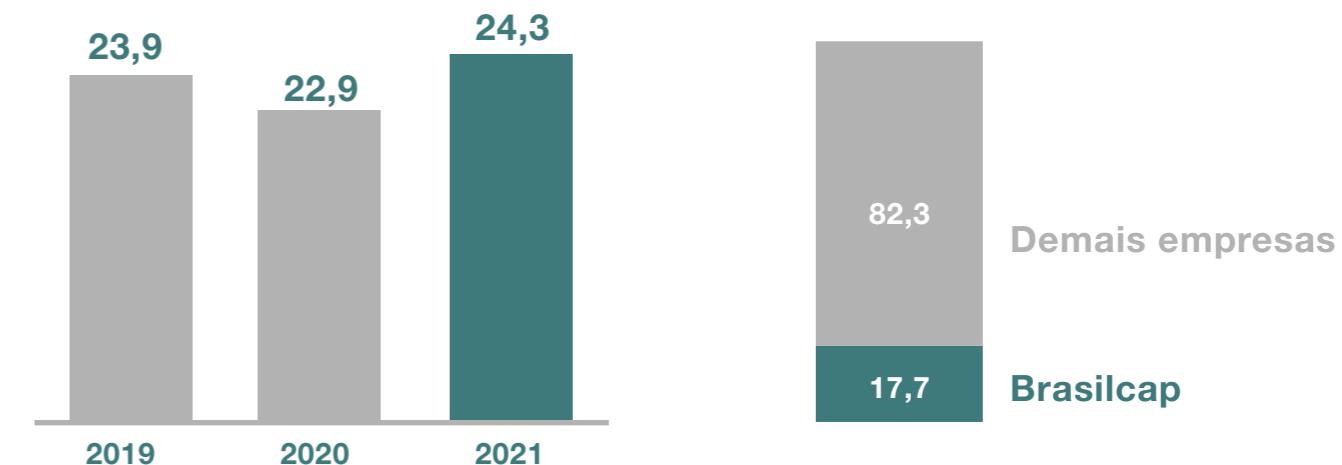
CAPITALIZAÇÃO NO BRASIL

(RECEITAS, R\$ BILHÕES)¹



MARKET SHARE, 2021

(% DA RECEITA TOTAL)¹



1: Fonte: FenaCap.

CENÁRIO ECONÔMICO E GESTÃO FINANCEIRA

A gestão dos ativos financeiros durante o exercício de 2021 foi bastante desafiadora. Após a taxa Selic atingir o patamar mínimo histórico de 2,0%, o Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central deu início ao ciclo de elevação da taxa Selic, que encerrou o exercício em 9,25%. As mudanças das condições macroeconômicas e elevação das taxas de juros em intensidade e velocidade superior às expectativas aumentaram o nível de volatilidade do mercado.

A Susep, por sua vez, promoveu mudanças regulatórias na apuração de liquidez e solvência por meio da publicação da Resolução CNSP nº 412/2021, emitida em 30 de junho de 2021, com vigência a partir de 1º de dezembro de 2021. Essa alteração elevou a necessidade de patrimônio líquido ajustado (PLA) no mercado de capitalização, por incluir a criação do conceito de PLA de qualidade e novos limites para utilização de ajustes econômicos, alterando de forma significativa os valores projetados do indicador de solvência.

Diante dos fatores apresentados, a Companhia adotou estratégia para se adequar a elevação do PLA, de forma a superar as

exigências da legislação e se preparar para os próximos anos. Para que a estratégia fosse executada, foram necessárias mudanças na carteira de investimentos; uma reconfiguração permitiu a redução do prazo médio do ativo, aumentando o índice de solvência e preparando a Companhia para alcançar resultados ainda maiores em médio e longo prazos.

Instituída em 2021, a Diretoria de Controladoria, Finanças e Atuária contribuiu para a otimização da gestão financeira da Brasilcap. A nova área teve uma dedicação especial na adequação de seus investimentos em um mercado desafiador, participou de iniciativas relevantes como estudos de viabilidade de projetos e negócios e proposições de novos meios digitais de pagamentos e recebimentos.

Nas atividades de Controladoria, destacaram-se a formulação de diferentes cenários econômicos, que subsidiaram a tomada de decisão por parte da alta administração. Na gestão atuarial, buscou-se otimizar os processos de mensuração e acompanhamento de constituição de reservas, também sob uma visão prospectiva.

Em 2021 foi criada a diretoria de Controladoria, Finanças e Atuária, que trouxe importantes avanços na gestão financeira da Companhia

A Diretoria participou de análises de consultas públicas no setor de capitalização. Além da Resolução CNSP nº 412 citada, outras discussões que envolveram a nova Diretoria incluíram o acompanhamento da proposta de reforma tributária e a adoção de novas normas de contabilidade para o setor de seguros (IFRS 9/IFRS 17). Os debates e análises foram realizados tanto internamente quanto em conjunto com outras entidades, como a Superintendência de Seguros Privados (Susep), a Federação Nacional de Capitalização (Fenacap) e a Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg).

GESTÃO COMERCIAL E COMPETITIVIDADE

Na frente comercial, o ano foi marcado por uma forte atuação sobre o Cap Fiador, visando aumentar a capilaridade nacional na distribuição do produto. Para tanto, um plano estruturado permitiu alcançar mais de 50 novos parceiros comerciais. Com a manutenção das tratativas comerciais e operacionais estabelecidas desde o início da pandemia, a fidelização das parcerias foi preservada, resultando em crescimento significativo das vendas.

Outra atuação importante foi o reforço nas operações conjuntas com uma empresa parceira que oferece títulos Ourocap por meio de seus correspondentes bancários. Ações de capacitação elevaram o preparo da força de vendas, enquanto o relacionamento comercial foi consolidado em reuniões com os gestores da rede.

Objetivando a expansão em novos canais de distribuição e aumento de sua participação no mercado, a Brasilcap preparou seus times para reforçar as prospecções de novos canais e parceiros, bem como estratégias que gerem oportunidades com potencial de negócios relevantes, de forma cada vez mais eficiente e sustentável. Com um olhar especial voltado à inovação, essa atuação tem se consolidado na Companhia e vem contribuindo com o desenvolvimento de novos produtos para diversificação de portfólio, com soluções de capitalização que atendam diversos nichos de mercados, perfis de parceiros e clientes.

GESTÃO DE FORNECEDORES GRI 102-9, 103-2, 103-3|414

A gestão ativa dos contratos com fornecedores de bens e de serviços contribuiu para os resultados financeiros. Por meio de renegociações de reajustes de contratos vigentes, foi possível obter uma economia de R\$ 1,1 milhão. Nos processos de aquisições e contratações de serviços, a Brasilcap ainda registrou mais R\$ 3,4 milhões em *savings*.

Os processos de contratação e de avaliação dos fornecedores foram revisitados. Todos os contratos passaram a incluir cláusulas abordando a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e

a legislação referente à prevenção de lavagem de dinheiro e do financiamento ao terrorismo (PLD/FT). Os riscos à imagem da Brasilcap advindos do relacionamento com fornecedores também passaram a ser considerados na avaliação.

As avaliações de fornecedores ocorrem de forma centralizada: cada área demandante do contrato avalia os serviços prestados pelos respectivos fornecedores e o nível de satisfação. A cada semestre, uma atualização cadastral verifica a documentação de todos os fornecedores com contratos vigentes, o que contribui para a mitigação de riscos fiscais, financeiros e operacionais.

A Brasilcap também verifica o desempenho de seus fornecedores de bens e serviços em critérios ambientais, sociais e de governança. A Companhia se compromete a contratar apenas fornecedores que atendam às diretrizes do Código de Ética e de Conduta, da Política Anticorrupção e das demais normas correlatas.

Além da verificação de conformidade com regulações e leis aplicáveis a suas atividades, a Companhia ainda examina as inclusões no Portal da Transparência e no Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e no Cadastro de Entidades sem Fins Lucrativos Punidas (CEPIM).

Nas aquisições acima de R\$ 500 mil, são aplicados processos de identificação e de avaliação de impactos socioambientais, seguindo o Guia Verde para Contratações Sustentáveis, bem como a exigência do cumprimento do curso “Prevenção e combate à fraude e anticorrupção”, disponível na plataforma de educação corporativa da Brasilcap. Para as demais aquisições, é exigida a Declaração de Prevenção e Combate à Fraude e Corrupção. Não foram identificados em 2021 fornecedores causadores de impactos sociais negativos, reais ou potenciais. [GRI 414-2](#)



Reforço para 2022 e exercícios seguintes

Na rota da liderança no segmento de capitalização, a Brasilcap tem intensificado a atuação em duas principais frentes de negócios:

➤ Reforço da presença nos canais de distribuição do **Banco do Brasil**, próprios e de terceiros (correspondentes bancários e central de relacionamento), com melhoria na experiência do

usuário, atributos de produtos e geração de valor para os clientes, alavancando as vendas da linha Ourocap e diversificando os públicos-alvo;

➤ Buscar **novas parcerias** para oferta de produtos, incluindo instituições bancárias, seguradoras, cooperativas de crédito e financeiras.



Portfólio e clientes

**TEMA MATERIAL:**

RELACIONAMENTO COM CLIENTES,
PORTFÓLIO DE PRODUTOS

Em um ano desafiador para o setor de capitalização como um todo, a Brasilcap registrou progressos nos objetivos estratégicos ligados a seus produtos e ao relacionamento com clientes

Ampliação e diversificação

Como estratégia para o ano, a Companhia trabalhou em duas vertentes: ampliar a presença do Ourocap nos canais de venda do Banco do Brasil e diversificar as ofertas de produtos em parcerias com outras empresas. As ações de prospecção de novos canais foram reforçadas; durante todo o ano, foram discutidas possibilidades de parcerias com outras empresas para ampliar a oferta dos produtos, com mais proximidade e conveniência para os clientes.

O resultado foi um aumento da base de clientes em comparação a 2020, com crescimento tanto na retenção quanto na captura de novos compradores.

Portfólio 2021

Além da família Ourocap, com títulos da modalidade Tradicional, a Brasilcap oferece produtos de Instrumento de Garantia, Filantropia Premiável e Incentivo. O Postalcap, título da modalidade Popular, foi retirado do mercado e dará espaço a um novo produto na mesma modalidade, com novas chances de premiação e características ainda mais aderentes ao cliente em 2022.

Bicampeã no Prêmio Consumidor Moderno

Pelo segundo ano consecutivo, a Brasilcap foi uma das empresas vencedoras do Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, concedido pela revista *Consumidor Moderno*.

O reconhecimento é prestado a organizações que primam pela excelência no atendimento e no relacionamento com o consumidor. A Brasilcap foi a campeã da categoria Previdência e Capitalização.

Título	Modalidade	Forma de comercialização	Características
Cap Fiador	Instrumento de Garantia	Parceria com corretoras de seguros especializadas	Com títulos de pagamento único e vigências de 12, 15 e 30 meses, funciona como garantia no aluguel de imóveis. Dispensa fiador, análise de crédito ou comprovação de renda
Doadin	Filantropia Premiável	Pelo <i>site</i> de venda direta (aqui)	Título de pagamento único, comercializado diretamente pela Brasilcap, seu resgate é destinado à doação para a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD)
Ourocap	Tradicional	Canais Banco do Brasil (gerenciador financeiro BB, <i>internet banking</i> , app BB, caixas eletrônicos ou agências físicas)	Direcionado a pessoas físicas do segmento de varejo, com planos de contribuição única (vigência de 36 e 48 meses) e planos de pagamentos mensais (com vigências de 36, 48 e 60 meses) e pagamento periódico (vigência de 36 meses), concorrendo a sorteios ao longo da vigência
Ourocap Negócios	Tradicional	Canais Banco do Brasil (gerenciador financeiro BB, <i>internet banking</i> , app BB, caixas eletrônicos ou agências físicas)	Título de pagamento único, direcionado a clientes pessoas jurídicas do Banco do Brasil, disponível por débito em conta corrente ou em conta poupança e por meio dos cartões de crédito do Banco
Parcela Premiável	Filantropia Premiável	Por meio de parcerias comerciais	Título de pagamento único que pode ser adquirido em conjunto com produtos ou serviços de parceiros comerciais. O resgate é destinado integralmente à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD)
Promocap	Incentivo	Comercializado pela Brasilcap	Títulos de capitalização de pagamento único, destinados a pessoas jurídicas que desejam sortear prêmios para seus clientes

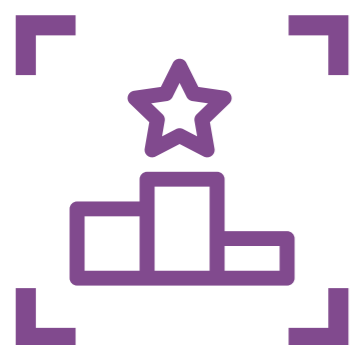
Informações complementares sobre os regulamentos e a mecânica dos títulos estão disponíveis no *site* da Brasilcap, na seção “Produtos”. Todos os produtos do portfólio são submetidos à aprovação prévia da Susep antes de serem comercializados; suas características obedecem às políticas internas da Companhia, em especial à Política Institucional de Conduta e Relacionamento e à Norma de Desenvolvimento de Produto. Auditorias internas periódicas atestam a conformidade dos títulos já em comercialização a todas as exigências legais. **FS15**

Os processos de desenvolvimento e comercialização dos produtos da Brasilcap passam por avaliações de impactos socioambientais, incluindo as atividades comerciais, de criação, de atendimento ao cliente e de relacionamento com parceiros, fornecedores e terceiros. Ciclos anuais de autoavaliação de riscos e controles são aplicados aos produtos em desenvolvimento e aos produtos já em comercialização. **GRI 103-2, 103-3 | 419, FS2**

As atualizações periódicas nas normas da Susep e nas políticas internas que regem os produtos são comunicadas tempestivamente aos colaboradores de todas as áreas. O processo inclui a força de vendas, que recebe treinamentos específicos no caso de mudanças nos normativos que regem a venda dos títulos. **GRI FS4**

Em relação ao portfólio de produtos, houve apenas um registro, em decisão irrecorrível, de pagamento de multa de R\$ 10.000,00 em 2021, em referência ao Processo Administrativo Sancionador número 15414.610293/2020-03, que tramitou junto à Susep.

GRI 419-1



OUROCAP

Os títulos Ourocap continuaram a ser o carro-chefe da Brasilcap, respondendo por 90% da receita do ano. Seu público-alvo são os clientes do Banco do Brasil (pessoas físicas e jurídicas) que buscam diversificar seus meios de formação de reservas por meio da disciplina financeira, a partir das diferentes modalidades de prazos e pagamentos disponíveis.

Além disso, os títulos oferecem, através de sorteios, prêmios que, somados em 2021, chegaram a R\$ 50 milhões, ou cerca de R\$ 200 mil por dia útil. São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina e o Distrito Federal foram as unidades da federação mais contempladas, com 8.124 títulos e mais de R\$ 26 milhões pagos.

Durante o ano, a Brasilcap atuou na otimização das vendas Ourocap no Banco do Brasil, realizando ações para elevar ainda mais o potencial e sustentabilidade de negócios. Mais de 70 treinamentos foram realizados para 25.409 funcionários, exaltando o propósito, vantagens e abordagens dos títulos Ourocap, conscientizando a permanência no produto e vínculo ao planejamento dos clientes.

A Brasilcap esteve em 22 *lives* no canal TVBB, com exposições de abrangência nacional de diversos temas e campanhas relacionadas ao produto para toda a Rede. Foi disponibilizado ainda um treinamento *online* na Universidade Digital Corporativa do Banco do Brasil (UNIBB), completado por quase 30 mil treinados. Complementarmente, foi desenvolvida uma relevante melhoria na jornada de contratação do portfólio via *app*, trazendo uma experiência ainda mais intuitiva e fluida na utilização do canal.

Ourocap é o produto líder da Brasilcap, respondendo por 90% da receita em 2021



CAP FIADOR

O Cap Fiador é o título de capitalização da Brasilcap que funciona como garantia de locação para imóveis residenciais e comerciais. Oferece praticidade para o inquilino (que dispensa o fiador e concorre a prêmios em dinheiro) e para o locatário (que conta com uma garantia ágil, segura e com liquidez, administrada pela Brasilcap). Como vantagem adicional, o título oferece uma “cesta” de serviços emergenciais ao inquilino, ao proprietário e à imobiliária, prestados por chaveiros, encanadores, eletricitistas e outros técnicos especializados. O produto não exige análise de crédito, comprovação de renda ou taxa de adesão.

Comercializado por uma rede de corretoras de seguros especializadas no mercado imobiliário, presente em 19 estados por meio de 150 corretores e mais de 9 mil imobiliárias, o Cap Fiador apresentou crescimento robusto superior a 70% nas vendas, em comparação ao ano anterior (alcançando R\$ 109 milhões), e faturamento total de aproximadamente R\$ 202 milhões, o maior já registrado.



DOADIN GRI FS7

Pertencente à modalidade Filantropia Premiável, o Doadin é o primeiro título totalmente digital da Brasilcap com apelo socio-ambiental associado ao lúdico dos sorteios, que podem premiar os clientes com até R\$ 25 mil. Seu regulamento permite a doação voluntária do valor integral do resgate do título à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD).

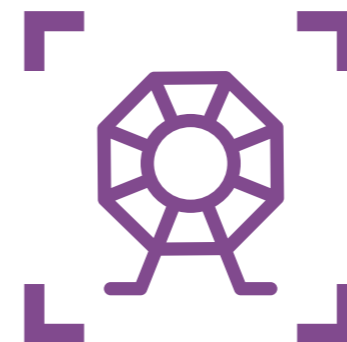
Título de pagamento único (R\$ 25, R\$ 50 ou R\$ 100), com vigência de dois meses, o Doadin foi lançado comercialmente em 2020.



PARCELA PREMIÁVEL

O Parcela Premiável é um produto que proporciona incremento de portfólio ao parceiro comercial, pela facilidade de distribuição com otimização da força de vendas – na medida em que sua oferta ocorre como arredondamento de parcela de outros produtos e serviços. E também agrega valor para o cliente, que concorre a prêmios que podem contribuir com a antecipação de projetos.

Os clientes recebem um número da sorte, com o qual concorrem a prêmios mensais durante o prazo de vigência do título. Assim como o Doadin, o produto da modalidade Filantropia Premiável viabiliza o repasse integral do valor do resgate para entidades beneficentes previamente indicadas. É mais um produto que amplia a atuação da Brasilcap sobre os aspectos ASG de suas atividades, beneficiando centenas de famílias apoiadas pela instituição filantrópica.



PROMOCAP

Dentro das regras da modalidade Incentivo, o Promocap proporciona a empresas e organizações de todos os setores a realização de sorteios e promoções com seus clientes – deixando a burocracia e a logística das premiações a cargo da Brasilcap. A empresa contratante pode desenvolver estratégias de fidelização, portabilidade, expansão de base, retenção de clientes, entre outras, de forma amplamente customizável às características do negócio.

A Brasilcap realiza o processo de aprovação do título junto aos órgãos reguladores, cuida da apuração dos resultados dos sorteios e credita os valores sorteados na conta (corrente ou poupança) dos ganhadores, em qualquer banco brasileiro. A Companhia também faz toda a prestação de contas do processo e recolhe o Imposto de Renda devido sobre os prêmios, em total conformidade com a legislação vigente.

Novidades no portfólio em 2022

Várias mudanças no portfólio de produtos da Brasilcap estão previstas para 2022, com lançamentos a partir do primeiro trimestre do ano. Entre as novidades, destacam-se:

> **Ourocap como garantia de crédito:** a nova solução que preza pela facilidade, que oferece

condições mais favoráveis para operações de crédito, será oferecida a pessoas jurídicas.

> **Novo produto Popular:** após o fim do Postalcap, um novo título da modalidade Popular será apresentado, oferecido ao público por meio de parcerias com outras empresas.



Clientes

A despeito da conjuntura complexa, a Brasilcap obteve um aumento de 8% na base de clientes ativos detentores de Ourocap, com destaque para o desempenho nos canais do Banco do Brasil. De modo a proporcionar uma experiência marcante, a empresa implementou uma nova solução de gestão de relacionamento com o cliente (CRM), mais moderna e versátil, realizou diversas pesquisas de opinião e intensificou o uso da inteligência de dados a fim de obter maior conhecimento sobre os consumidores.

Mediante as iniciativas e resultados obtidos, um conjunto de ações foi definido a fim de estreitar o relacionamento e consequentemente aumentar a satisfação e retenção dos clientes, pautadas em conceitos de eficácia, eficiência e efetividade.

Entre os novos recursos, houve a adoção de “pontos de relacionamento” que determinam o envio de mensagens por SMS, e-mail e/ou redes sociais (boas-vindas, dicas sobre os produtos adquiridos, datas de sorteios). Outra inovação foi o início do uso da tecnologia de OCR (extração de dados de documentos ou imagens de forma automatizada) no processo de atendimento às demandas dos clientes. O avanço é parte do projeto BPO (*business process outsourcing*), que visa melhorar a gestão da documentação de venda e do atendimento pós-venda, além de aumentar a satisfação de clientes e parceiros.

Em relação às equipes da força de vendas, foram promovidas reuniões de acompanhamento de desempenho e capacitações (presenciais e remotas), focadas no aprimoramento da experiência do cliente com os produtos Brasilcap, nas fases de abordagem, contratação e pós-venda. [GRI FS5](#)

Esses avanços se refletiram na *performance* da Brasilcap no atendimento aos clientes, entre as empresas do Grupo BB Seguros. A Companhia foi reconhecida em 2021 como a mais célere e efetiva na resolução de demandas recebidas pelos canais do Banco do Brasil. Um dos compromissos da Brasilcap para o ano era o aperfeiçoamento da metodologia de pesquisa de satisfação e recomendação. A empresa passou a mensurar a percepção dos clientes a partir da interação nos canais de atendimento. A metodologia NPS (Net Promoter Score) continuou a ser adotada para aferir a satisfação dos clientes com os produtos e serviços. Todas as transações e contatos com os consumidores passaram a incluir a avaliação.

A Companhia vislumbra em 2022 melhorar a efetividade das ações de relacionamento com os clientes, a implantação de novos meios de contato e aprimoramento na inteligência de dados (*analytics*) evidenciando o cliente no centro das decisões estratégicas.

Open Insurance (Opin)

O Open Insurance, ou Sistema de Seguros Aberto, oferece a possibilidade de consumidores de produtos e serviços de seguros, previdência complementar aberta e capitalização permitirem o compartilhamento de suas informações entre diferentes sociedades credenciadas pela Susep. A Brasilcap se preparou para atuar no novo sistema, que começou a operar em dezembro.

Um grupo de estudos reunindo colaboradores de várias áreas avaliou as normas e regulamentos do Opin, para entender os potenciais benefícios para a Companhia. No âmbito da tecnologia da informação, foi iniciado um projeto para o desenvolvimento de aplicações que permitirão o compartilhamento de dados de produtos e dos canais de atendimento, dados pessoais de clientes e seus contratos.

SATISFAÇÃO DOS CLIENTES [GRI 102-43](#), [GRI 102-44](#)

O indicador da pesquisa de satisfação dos clientes com o atendimento prestado superou os 90% em 2021. Durante o ano, mesmo com a introdução de um novo sistema de gestão do relacionamento (NPS transacional) e de um período necessário para adaptação, a estabilidade operacional nas atividades de atendimento foi maior do que em 2020, ano ainda muito impactado pelos desafios trazidos pela pandemia.

Satisfação do cliente com o atendimento prestado (%)

	2019	2020	2021
Índice de satisfação	90,9%	89,9%	90,3%

Satisfação dos clientes com produtos Ourocap

	2021
Índice de Satisfação ¹	72,0%
% de recompra ¹	63,4%
% de recomendação ²	54,9%

¹ Média de junho a dezembro. O resultado levou em consideração as notas 8, 9 e 10, seguindo a mesma metodologia aplicada pela BB Seguros e Coligadas.

² Considera somente as notas 9 e 10. Esse resultado não reflete o NPS que é (% promotor - % detrator).

Ações de relacionamento específicas, visando a resolução das principais dores apontadas pelos clientes, foram implementadas, de modo a aprimorar a percepção sobre os produtos e serviços. Em 2022, a perspectiva é de atingir um índice de 95% de satisfação, com as melhorias proporcionadas pelo novo sistema de gestão de relacionamento e o retorno gradativo ao atendimento presencial.

Especificamente com os clientes Ourocap no segmento pessoa física, a Brasilcap passou a realizar uma pesquisa mensal, mensurando a satisfação (imediate ou após um curto espaço de tempo) dos atendidos e sua avaliação do relacionamento com a Companhia. Em 2022, uma das metas será a apuração do índice NPS dos clientes PF Ourocap segmentado por pagamento único e mensal.

Foram implementadas ações específicas para aprimorar o relacionamento com clientes. A meta em 2022 é atingir 95% de satisfação

CANAIS DE RECLAMAÇÃO E DE DENÚNCIA GRI 102-43, GRI 102-44

A Ouvidoria da Brasilcap acolhe reclamações diversas registradas por clientes ou por seus representantes legais, em casos de insatisfação com respostas recebidas em outros canais de relacionamento ou de clientes que buscam diretamente na Ouvidoria uma solução definitiva.

Todas as queixas passam pelo mesmo processo, com a classificação da procedência da demanda (quando a reclamação é fundamentada, pautada na descrição das condições gerais do produto, alguma falha operacional ou alguma característica inerente). No ano, 25% das demandas recebidas foram consideradas procedentes. A Ouvidoria realizou proposições de melhorias, como modificações nos procedimentos e processos internos e sinalizações de adequações em sistemas, com vistas à melhoria da qualidade dos serviços.

Além dos canais diretos, a Ouvidoria também realiza o monitoramento e o atendimento das reclamações registradas no *site* do Reclame Aqui (desde março de 2015) e do Consumidor.gov (desde julho de 2014), o que atende também à regulamentação da Susep.

MECANISMOS DE COMUNICAÇÃO DE DEMANDAS

Ocorrências	Ouvidoria ¹	Central de Atendimento	Canal de Ética ³
Número de ocorrências identificadas por meio do mecanismo	645	3,940	N/D
Número de ocorrências endereçadas	645	3,940	N/D
Número de ocorrências resolvidas	642	3,861 ²	N/D
Número de ocorrências registradas antes do período coberto pelo relatório e resolvidas no decorrer deste período	5	15	N/D

¹ 345 das ocorrências via canal direto; 204 por meio do Reclame Aqui; e 96 via Consumidor.gov.

² No fechamento dos dados para este relatório, ainda havia 79 queixas em tratamento, e por isso elas não estão contadas como resolvidas. Porém, todas foram tratadas dentro do prazo legal e nenhuma ficou sem resposta.

³ Com o objetivo de potencializar a estrutura na gestão da ética, a Brasilcap realizará ações de amadurecimento dos processos de Ética e Conduta e definição de normativo de controle disciplinar para maior alinhamento com o tema material "Governança e transparência". Dessa forma, os dados serão reportados após esse diagnóstico.

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E DE RELACIONAMENTO

A estratégia de comunicação e de mídia foi reformulada, visando o melhor aproveitamento dos recursos e a maior efetividade das campanhas de forma menos invasiva e ainda mais eficiente. Confira os principais destaques do ano:

OUROCAP: GUARDAR DINHEIRO DÁ SORTE

Durante a pandemia, as vendas do Ourocap por meio dos canais digitais tiveram aumento de 41,6%. A Brasilcap buscou manter o desempenho em 2021 por meio de campanhas específicas, sob o mote “Guardar dinheiro dá sorte”. As ações de comunicação foram veiculadas em anúncios no Google Search, nos portais UOL e Terra e na rede social Facebook; a campanha também teve divulgação nos canais proprietários do Banco do Brasil.



MÊS DO CONSUMIDOR OUROCAP

A campanha foi veiculada em março, voltada a impulsionar as vendas do Ourocap Pagamento Único para pessoas físicas, com benefícios extras aos clientes. Para cada R\$ 3 mil em títulos Ourocap PU 36 ou PU 48 comprados durante a promoção, o cliente recebia 500 pontos Nivelô – conforme o regulamento, os pontos poderiam ser convertidos em itens como utensílios domésticos, eletrodomésticos, material de escritório, cuidados pessoais, viagens etc. Se a compra fosse feita com cartão de crédito BB da bandeira Elo, os pontos dobravam. A promoção era válida para compras nas agências do banco, terminais de autoatendimento, internet, aplicativos *mobile* ou central de relacionamento.

DIA DAS MÃES OUROCAP

Em maio, a campanha ofereceu pontos Nivelô para os clientes que comprassem títulos Ourocap de Pagamento Mensal (PM 36, PM 48 ou PM 60) – uma forma diferente de presentear as mães no dia delas. Na compra de qualquer Ourocap PM, o cliente recebia 400 pontos Nivelô a cada R\$ 200 pagos na primeira parcela. Além dos pontos, os compradores tiveram a chance de concorrer em sorteios com prêmios entre R\$ 500 e R\$ 10 milhões.

CAMPANHA SORTEIO ESPECIAL OUROCAP – R\$ 25 MILHÕES

Em novembro, a Brasilcap lançou uma campanha publicitária para anunciar o sorteio especial Ourocap de fim de ano, o maior do segmento de capitalização: até R\$ 25 milhões. Com uma linguagem bem popular, a ideia central foi convidar o telespectador a conhecer os diversos nomes que os brasileiros dão ao dinheiro pelo país afora. Além, é claro, de mostrar que a disciplina para guardar “bufunfa” pode render bons frutos.

A campanha foi veiculada entre os dias 15 e 30 de novembro, tanto na mídia *offline* quanto *online*. SBT (Salvador e Fortaleza), Viva, Multishow, Discovery H&H, Megapix e Comedy Central foram alguns dos canais que transmitiram a campanha, que também esteve nas redes sociais (Facebook e Instagram) e em muitos *sites* e portais.



Cultura organizacional



TEMA MATERIAL:
CULTURA E AMBIENTE DE INOVAÇÃO

Os principais destaques da gestão de pessoas em 2021 serão lembrados, reforçando o compromisso da Brasilcap com seus colaboradores

Além da reestruturação organizacional (leia mais em *A Brasilcap*), uma atualização da Política Corporativa de Capital Humano e do Código e Ética e Conduta buscou modernizar o relacionamento entre a Companhia e sua força de trabalho, reforçando os valores organizacionais, a integridade empresarial e a cultura corporativa.

INDICADORES DE CAPITAL HUMANO GRI 102-8

EMPREGADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO, GÊNERO E REGIÃO¹²

Tipo de contrato	2019			2020			2021		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Determinado	8	4	12	5	4	9	8	6	14
Indeterminado	119	104	223	117	98	215	118	105	223
Total	127	108	235	122	102	224	126	111	237

¹ Todos os empregados CLT, membros da Diretoria, jovens aprendizes e estagiários da Brasilcap se concentram na região Sudeste.

² Os contratos por tempo determinado incluem os jovens aprendizes e estagiários, conforme legislação vigente.

EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO

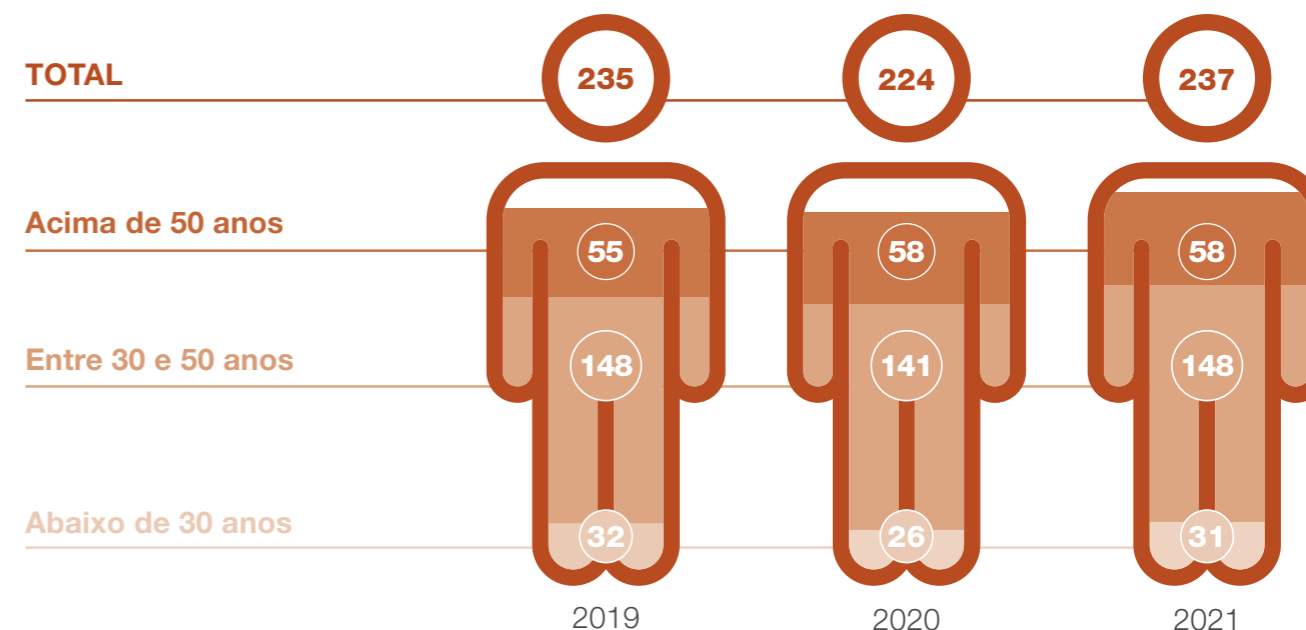
Tipo de emprego	2019			2020			2021		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	119	104	223	117	98	215	118	105	223
Jornada parcial	8	4	12	5	4	9	8	6	14
Total	127	108	235	122	102	224	126	111	237

TRABALHADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO

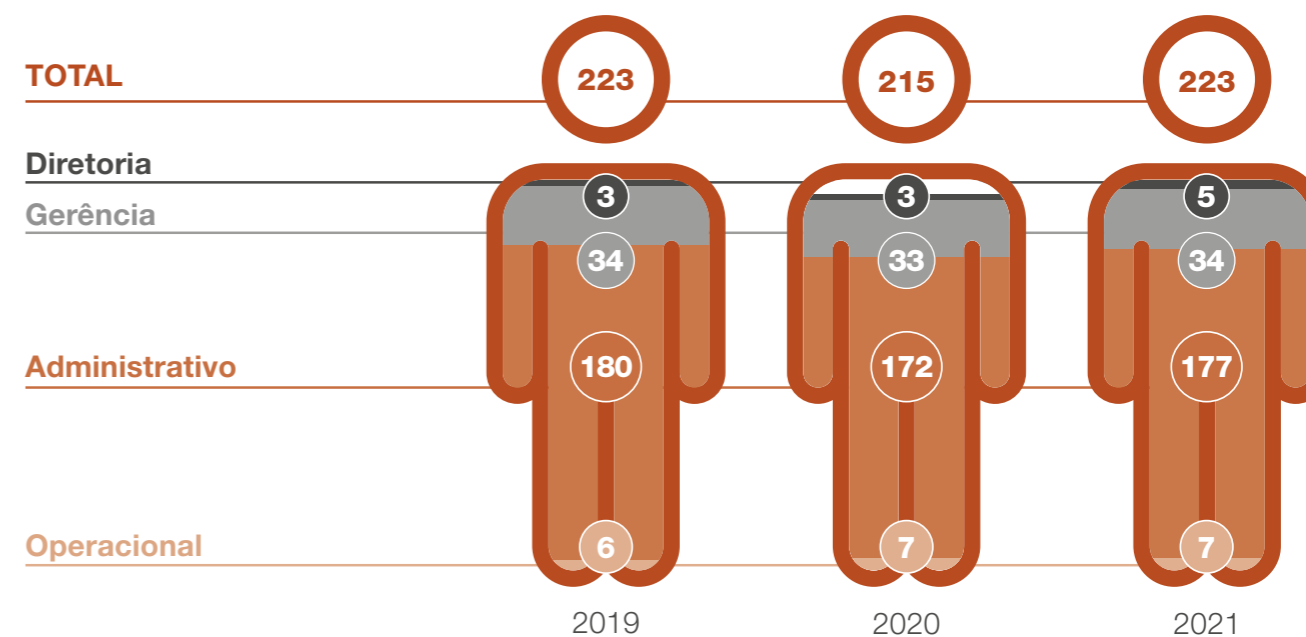
Categoria funcional		2019			2020			2021		
		H*	M*	Total	H*	M*	Total	H*	M*	Total
Diretoria	Nº	3	0	3	3	0	3	5	0	5
	%	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00
Gerência	Nº	20	14	34	18	15	33	19	15	34
	%	58,82	41,18	100,00	54,55	45,45	100,00	55,88	44,12	100,00
Administrativo	Nº	93	87	180	93	79	172	91	86	177
	%	51,67	48,33	100,00	54,07	45,93	100,00	51,41	48,59	100,00
Operacional	Nº	3	3	6	3	4	7	3	4	7
	%	50,00	50,00	100,00	42,86	57,14	100,00	42,86	57,14	100,00
Aprendizes	Nº	2	2	4	2	2	4	2	1	3
	%	50,00	50,00	100,00	50,00	50,00	100,00	66,67	33,33	100,00
Estagiários	Nº	6	2	8	3	2	5	6	5	11
	%	75,00	25,00	100,00	60,00	40,00	100,00	54,55	45,45	100,00
Total	Nº	127	108	235	122	102	224	126	111	237
	%	54,04	45,96	100,00	54,46	45,54	100,00	53,16	46,84	100,00

* H = Homens, M = Mulheres

EMPREGADOS POR FAIXA ETÁRIA



EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL



PROPORÇÃO ENTRE A REMUNERAÇÃO DO INDIVÍDUO MAIS BEM PAGO E A REMUNERAÇÃO MÉDIA ANUAL DE TODOS OS EMPREGADOS¹ GRI 102-38

Remuneração	2019	2020	2021
Maior remuneração paga	R\$ 700.120,82	R\$ 723.538,44	R\$ 710.818,38
Remuneração média anual para todos os empregados	R\$ 134.626,46	R\$ 150.415,60	R\$ 150.852,81
Proporção	19%	21%	21%

¹ Tipos de remuneração incluídos no cálculo: remuneração fixa, 13º salário, férias, benefícios e remuneração variável/PLR. Colaboradores incluídos no cálculo: empregados, estatutários, jovens aprendizes e estagiários. As oscilações são naturais e se devem às movimentações (promoção, admissão/contratação e desligamentos) dos períodos, à porcentagem de reajuste coletivo e às variações da remuneração variável.

AUMENTO PERCENTUAL DA REMUNERAÇÃO TOTAL ANUAL GRI 102-39

	2019		2020		2021	
	Remuneração	Aumento	Remuneração	Aumento	Remuneração	Aumento
Maior remuneração paga	R\$ 700.120,82	-38,91%	R\$ 723.538,44	3,34%	R\$ 710.818,38	-1,76%
Remuneração total anual para todos os empregados	R\$ 134.626,46	-4,17%	R\$ 150.415,60	11,73%	R\$ 150.852,81	0,29%
Proporção		9,33%		0,29%		6,05%

TRABALHO DURANTE A PANDEMIA

Os principais esforços na gestão de recursos humanos em 2021 se concentraram na avaliação dos cuidados necessários para o retorno ao trabalho presencial, após quase dois anos inteiros de trabalho remoto de praticamente todo o quadro interno. No decorrer de 2021, além da continuidade da ginástica laboral virtual – que visa proporcionar o bem-estar físico – e matérias com dicas sobre cuidados com a saúde, a condição vacinal de todos os colaboradores foi estimulada e acompanhada para a prevenção da covid-19. No mês de outubro, iniciou-se o retorno voluntário ao trabalho presencial na sede.

A Companhia segue avaliando e discutindo internamente os diversos modelos de trabalho (remoto, presencial e híbrido) para 2022, de

modo a atender às necessidades específicas da Brasilcap, de suas áreas operacionais e prezando sempre pela segurança e saúde do colaborador. A maior aplicação de ferramentas remotas de gestão e de comunicação entre os colaboradores faz parte do trabalho de transformação digital da Companhia, com o uso mais intensivo de tecnologias e de processos inovadores.

Neste âmbito, destacou-se a continuidade de um sistema de gerenciamento digital de contratos e demais documentos para processos ligados à gestão das pessoas, como admissão com assinatura eletrônica em contratos de trabalho e termos e declarações sobre Política Anticorrupção, segurança da informação e Código de Ética.

A confraternização anual também foi feita de forma remota, considerando o momento sanitário ainda presente. Com o tema “Moldando o agora para construir o amanhã”, uma *live* com banda, DJ e *show* de malabares foi transmitida pelo por meio de plataformas digitais.

A adaptação ainda leva em conta a mudança para uma nova sede, também no centro do Rio de Janeiro, a ser completada ainda no primeiro trimestre de 2022. O *layout* foi planejado como *open space* e será organizado no esquema *free seating*, sem lugares fixos para os colaboradores, o que vai elevar a interação entre as pessoas e a integração entre as diferentes áreas. Leia mais sobre a nova sede da Brasilcap em *Atuação em sustentabilidade*.

Evento Saúde 2021

Em meio à pandemia, a Brasilcap promoveu, em abril e maio, o Evento Saúde 2021, que contou com a participação de profissionais de diversas áreas prestando orientações sobre saúde física e mental. A ação fez parte do programa Viva Melhor, conjunto de iniciativas voltadas à qualidade de vida dos colaboradores.

O Evento Saúde apresentou cinco palestras virtuais, abordando a vacinação contra a covid-19; as mudanças sociais trazidas pela pandemia; os desafios do trabalho durante o período de isolamento; estratégias de nutrição para melhorar o sistema imunológico; e higiene bucal. Ao fim de cada palestra, os colaboradores tiveram a oportunidade de interagir com os especialistas para esclarecer dúvidas adicionais.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM 2021

No planejamento estratégico para o ciclo 2022-2024, elaborado em 2021, foi adotada a metodologia OKR (“objetivos e resultados-chave”) para definir as metas de desempenho durante o ciclo 2022-2024. Mais de 100 horas de oficinas e treinamentos sobre o novo processo foram realizadas, com participação das 28 equipes internas. As diretrizes destacadas no planejamento foram a busca do alinhamento entre as equipes e a estratégia, com o estímulo à autonomia; a melhora na comunicação organizacional, com maior transparência; e o incentivo à conquista de resultados desafiadores e ao empreendedorismo.

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS GRI 103-2, 103-3 | 404

Como diretriz de desenvolvimento de pessoas, a Companhia promove a busca pelo autodesenvolvimento e pelo protagonismo dos colaboradores na gestão de seu planejamento de carreira. A Política Corporativa de Capital Humano considera as temáticas de treinamento e educação, em alinhamento com o Planejamento Estratégico e visando o aumento da produtividade e a evolução nos resultados dos negócios.

Muitos treinamentos e capacitações dos gestores e das equipes são ministrados por meio da plataforma de educação corporativa, o AtivaMente, que desde 2020 permite capacitação nos treinamentos obrigatórios, assim como o compartilhamento de conteúdos produzidos pelo próprio público interno. Também é estimulada a participação em iniciativas externas como cursos, palestras e oficinas.

O processo de análise de desempenho e planejamento de carreira dos colaboradores passou por uma revisão. As diretrizes de avaliação de competências foram atualizadas, de modo a obter maior alinhamento com os novos parâmetros do planejamento estratégico e com a nova Política de Capital Humano da Brasilcap.

Com a criação do Programa de Desenvolvimento de Líderes, a Companhia buscou dinamizar o ciclo de identificação, estímulo e aperfeiçoamento de seus gestores, iniciando sessões de *coaching* que contribuirão também para a estrutura de capacitação dos gestores. Ainda houve um aumento da autonomia para treinamentos específicos e de curto prazo para aplicação imediata em prol de melhorias na rotina diária. Para 2022, o projeto segue em evolução e será reaplicado.

Iniciativas prioritárias em 2022

Para 2022, a gestão de pessoas da Brasilcap elencou diversas iniciativas estratégicas a serem concretizadas, várias delas já em curso:

> Continuidade do **Programa de Desenvolvimento de Líderes**;

> Continuidade de **capacitações específicas** para todos os colaboradores;

> Retorno do **Programa de Incentivo à Especialização**;

> Início da implantação do **Plano de Cargos e Salários**, após a conclusão do estudo;

> Implantação de um **modelo híbrido de trabalho**.

Na parte de processos administrativos, serão realizadas:

> Revisão do **fluxo de aprovação** do sistema de gestão empresarial (SAP), para maior agilidade;

> Revisão do **processo de compras (aquisições e contratações)** para melhores práticas da área.



INDICADORES DE CAPACITAÇÃO E DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE EMPREGADOS POR GÊNERO GRI 404-1

	2019	2020	2021
Homens	9,29	10,45	35,09
Mulheres	8,20	10,40	12,93
Total	8,78	10,43	23,31

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL

	2019	2020	2021
Diretoria	6,49	2,58	12,90
Gerência	13,61	9,28	10,26
Administrativo	7,73	10,95	27,46
Operacional	8,78	1,73	8,34

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE TRABALHADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL

	2019	2020	2021
Aprendizes	10,23	9,92	6,16
Estagiários	–	8,68	15,84
Total	8,66	10,43	23,31

EMPREGADOS QUE RECEBEM ANÁLISES DE DESEMPENHO POR CATEGORIA FUNCIONAL (%) GRI 404-3

	2019			2020			2021 ¹		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Diretoria	–	–	–	–	–	–	100,00	–	100,00
Gerência	85,00	107,14	94,12	100,00	100,00	100,00	89,47	100,00	94,12
Administrativo	92,47	95,40	93,89	98,92	97,50	98,27	98,91	93,02	96,07
Operacional	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	33,33	0,00	16,67
Aprendizes	–	–	–	50,00	50,00	50,00	100,00	100,00	100,00
Estagiários	100,00	50,00	75,00	66,67	100,00	80,00	33,33	66,67	50,00
Total	89,26	96,23	92,51	95,08	97,06	95,98	92,91	90,09	91,60

¹ 20 empregados não tiveram avaliação de desempenho pelos seguintes motivos: afastamento, recém-admitidos e liberados do trabalho remoto.



PESQUISAS DE ENGAJAMENTO

A Brasilcap reafirmou o compromisso de considerar a percepção dos colaboradores que constroem, em conjunto, o ambiente de trabalho da Brasilcap, visando a melhoria contínua dos processos internos. A Companhia entende a gestão do engajamento como um esforço contínuo de consolidação da cultura organizacional.

A satisfação e o engajamento do público interno foram mensurados com a realização de duas pesquisas “Pulse”, que abordaram temas como comunicação; cooperação e trabalho em equipe; eficiência; engajamento sustentável; foco no cliente; aprimoramento profissional; liderança; remuneração e benefícios; e direcionamento estratégico.

Por meio de duas edições da pesquisa eNPS (Employee Net Promoter Score), é possível continuar obtendo a percepção anual dos colaboradores sobre o ambiente corporativo e analisar os pontos fortes, bem como as oportunidades de melhoria a serem trabalhadas no próximo ano.

A plataforma digital da Companhia foi prioridade nos objetivos estratégicos do ano

INOVAÇÃO

Um dos objetivos estratégicos da Brasilcap em 2021 foi “Acelerar o digital”. A Companhia concentrou os esforços sobre o tema, desenvolvendo iniciativas de transformação digital e modelos de negócio inovadores, replicáveis e escaláveis. A principal prioridade do ano foi a continuidade da evolução da plataforma tecnológica da Companhia, trabalho iniciado em 2018 e que vem avançando significativamente.

Entre as ações do ano, merecem destaque:

- > Progressos na ativação/integração entre os canais do Banco do Brasil e a nova plataforma da Brasilcap;
- > Conclusão do desenvolvimento do Ourocap Garantia para pessoas jurídicas;
- > Uso da Mesa de Performance, ferramenta que agiliza a divulgação de campanhas digitais do Ourocap.

Competitividade é foco da inovação em 2022

O trabalho em inovação e na transformação digital em 2022 vai focar no aumento da competitividade da Brasilcap, com a melhoria da experiência proporcionada a parceiros e clientes e a busca por novos mercados. As novidades incluem a adoção de novas formas de pagamento e maior integração entre os sistemas da Companhia e os dos parceiros (atuais e prospects).

DIVERSIDADE GRI 103-2, 103-3 | 405

A Política Corporativa de Capital Humano da Brasilcap também contempla o respeito à diversidade, em variados critérios: etnia, religião, orientação sexual e idade. Respeitando os requisitos mínimos para a ocupação de funções, a diversidade é valorizada no quadro de colaboradores, de acordo com procedimentos justos e éticos.

INDICADORES DE DIVERSIDADE

INDIVÍDUOS DENTRO DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR GÊNERO (%) GRI 405-1

Membros dos órgãos de governança		
2019	Homens	83,33%
	Mulheres	16,67%
	Total	100,00%
2020	Homens	83,33%
	Mulheres	16,67%
	Total	100,00%
2021	Homens	80,00%
	Mulheres	20,00%
	Total	100,00%

INDIVÍDUOS DENTRO DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR FAIXA ETÁRIA (%)

Membros dos órgãos de governança		
2019	Abaixo de 30 anos	–
	Entre 30 e 50 anos	58,33%
	Acima 50 anos	41,67%
	Total	100,00%
2020	Abaixo de 30 anos	–
	Entre 30 e 50 anos	66,67%
	Acima 50 anos	33,33%
	Total	100,00%
2021	Abaixo de 30 anos	–
	Entre 30 e 50 anos	50,00%
	Acima 50 anos	50,00%
	Total	100,00%

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%) GRI 102-8

	2019		2020		2021	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Diretoria	100,00	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00
Gerência	58,82	41,18	54,55	45,45	55,88	44,12
Administrativo	51,67	48,33	54,07	45,93	51,41	48,59
Operacional	50,00	50,00	42,86	57,14	42,86	57,14
Aprendizes	50,00	50,00	50,00	50,00	66,67	33,33
Estagiários	75,00	25,00	60,00	40,00	54,55	45,45
Total	54,04	45,96	54,46	45,54	53,16	46,84

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA (%)

	2019			2020			2021		
	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos
Diretoria	0,00	33,33	66,67	0,00	33,33	66,67	0,00	20,00	80,00
Gerência	0,00	52,94	47,06	0,00	54,55	45,45	0,00	58,82	41,18
Administrativo	11,11	71,11	17,78	9,83	69,94	20,23	0,00	71,75	18,64
Operacional	0,00	14,29	85,71	0,00	16,67	83,33	0,00	0,00	100,00
Aprendizes	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00
Estagiários	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00
Total	10,57	65,20	24,23	11,61	62,95	25,45	8,44	62,45	24,47

TRABALHADORES DOS GRUPOS DE SUB-REPRESENTAÇÕES, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%)¹

	2019				2020				2021			
	Pretos e Pardos		PCD		Pretos e Pardos		PCD		Pretos e Pardos		PCD	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Diretoria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gerência	0,00	7,14	0,00	0,00	0,00	6,67	0,00	0,00	0,00	6,67	0,00	0,00
Administrativo	3,23	4,60	3,23	3,45	4,30	5,06	3,23	3,80	2,20	6,98	3,30	2,33
Operacional	0,00	66,67	66,67	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	0,00	50,00	66,67	0,00
Aprendizes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estagiários	–	–	–	–	–	–	–	–	0,00	40,00	0,00	0,00
Total	3,60	6,48	4,13	1,32	3,28	6,86	2,46	2,23	2,15	11,97	5,23	2,30

¹ PCD: pessoas com deficiência. H: homens. M: mulheres.



Atuação em sustentabilidade

17 PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO



TEMA MATERIAL:

PRODUTOS COM APELO SOCIOAMBIENTAL

Em 2021, a Brasilcap aprimorou ainda mais sua gestão de sustentabilidade nos temas ambientais, sociais e de governança (ASG) ligados a suas atividades.

Orientada pelos compromissos da Agenda 30 BB – que prevê ações em negócios sustentáveis, investimento responsável, riscos socio-ambientais e climáticos e investimento social privado –, a Companhia intensificou o planejamento e os debates sobre sua agenda ASG.

Além da inserção dos temas materiais no planejamento, com a correlação entre a materialidade e os objetivos estratégicos (leia mais em *A Brasilcap*), a Companhia desenvolveu metodologia para identificar esses temas nas atividades de suas áreas e buscar meios para aprimorar sua gestão. Um dos OKR táticos de 2021 (“Promover a cultura ASG na Brasilcap”) aborda explicitamente o assunto. No quesito transparência, houve melhorias na sincronização e na coleta de dados não financeiros, que permitem mais eficiência na prestação de contas.

Em conjunto com as outras empresas do Grupo BB Seguros (BB Seguros Participações, Brasilseg, Brasilprev e Brasildental), a Brasilcap participou do Fórum ASG em 2021, com o intuito de aproximar, consolidar e acelerar as agendas ASG entre as companhias.

Os temas materiais foram considerados na estratégia

Numa iniciativa pioneira, com o intuito de proporcionar aos colaboradores que percebessem cada vez mais o impacto de suas atribuições e comportamentos na sustentabilidade da Companhia, a Brasilcap promoveu o *workshop* “Sustentabilidade empresarial: o que eu tenho a ver com isso?”, que reuniu todo o corpo funcional da Brasilcap e representantes das empresas do Grupo BB Seguros, do Banco do Brasil e dos órgãos de governança da Companhia.

Realizada em junho de 2021, a oficina mostrou a importância da gestão da sustentabilidade e dos aspectos ASG para o Grupo BB, e como a Brasilcap e as outras companhias podem contribuir para o desenvolvimento de negócios social e ambientalmente responsáveis. O *workshop* contou com a participação, entre outros líderes do conglomerado, do Presidente do Banco do Brasil, Fausto Ribeiro; do Vice-Presidente de Governo e Sustentabilidade Empresarial, Antônio Barreto Jr.; e do presidente da BB Seguros, Marcio Hamilton. A palestra foi ministrada pela Gerente-Executiva de Sustentabilidade do BB, Ana Maria Macedo.

SUSTENTABILIDADE AQUI!

Lançada em dezembro de 2021, a iniciativa Sustentabilidade Aqui! busca ressaltar o valor da sustentabilidade para o negócio e promover a cultura de ASG na Brasilcap, em encontros periódicos envolvendo uma equipe multidisciplinar. Nas reuniões, os colaboradores discutem os tópicos ASG prioritários para a Companhia, a partir dos temas materiais (leia mais em *A Brasilcap*), e os temas relevantes apontados pelo Fórum ASG BB Seguros.

O Sustentabilidade Aqui! tem uma agenda programada para tratar a lista dos temas materiais, estendendo-se por 2022. Os encontros são direcionados às gerências com interveniência aos assuntos abordados, mas estão abertos a todos os colaboradores interessados (com inscrições prévias).

A metodologia própria se inicia nas etapas de alinhamento dos objetivos do trabalho, em acordo com a atuação da equipe multidisciplinar; passa por várias ferramentas de qualidade; e termina nas etapas de realização das ações e divulgação dos impactos positivos para o negócio da Brasilcap.



DOAÇÃO À AACD

A Brasilcap repassou uma doação de R\$ 40,3 milhões à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), dando continuidade a uma parceria que, desde 2014, já viabilizou mais de 720 mil atendimentos. Os recursos foram provenientes dos resgates dos títulos Doadin e Parcela Premiável comercializados em 2021, doados pelos clientes à entidade.

De acordo com a tradição anual da parceria, a Brasilcap participou da transmissão do programa *Teleton 2021*, promovido pela rede de televisão SBT. Marcelo Farinha, Diretor Comercial da Brasilcap, entregou ao vivo o cheque simbólico – no valor de R\$ 5 milhões, representando parte do montante anual repassado – aos representantes da AACD: o maior valor da noite, em meio a uma arrecadação total que superou R\$ 30 milhões.

APOIO A PROJETOS SOCIAIS

Diante da continuidade dos impactos da covid-19, a Brasilcap reforçou a versatilidade e a importância social da capitalização. Em 2021, foram investidos R\$ 515 mil em instituições do terceiro setor que atuam na área da educação, esporte e, prioritariamente, saúde e assistência social. O total de beneficiados pelos projetos superou 17 mil pessoas.

Entre as instituições apoiadas, destacam-se a ONG Craque do Amanhã (São Gonçalo, RJ), que proporciona inclusão social e desenvolvimento pessoal para crianças e jovens, por meio da prática esportiva, e o projeto Educação + Digital, criado para minimizar o impacto econômico e social na vida de jovens que dependem de computador e acesso à internet para o ensino remoto.

Em 2021, a Brasilcap reforçou mais uma vez a importância social da capitalização

DISCIPLINA FINANCEIRA FS16

Por meio do Programa de Educação Financeira (Educap), a Brasilcap apoia projetos sociais e promove capacitações ligadas à temática da disciplina financeira – além de ressaltar a importância da capitalização para quem quer guardar recursos e construir reservas financeiras. Em 2021, mais de 20 mil colaboradores da força de vendas dos balcões distribuidores e dos parceiros comerciais participaram de treinamentos que focaram nessas características e diferenciais dos produtos Brasilcap.

Entre as 516 publicações nas redes sociais no decorrer do ano, estiveram presentes conteúdos sobre planejamento orçamentário nos perfis da Companhia no Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e no blog Zero Perrengue, gerando aproximadamente 900 mil interações. A Brasilcap prosseguiu com a estratégia de *brandformance* (que visa atrair consumidores e ao mesmo tempo consolidar a identidade da marca da Brasilcap), buscando construir uma base de seguidores qualificada e sustentável.

SUSTENTABILIDADE NA NOVA SEDE

Durante 2021, os colaboradores da Brasilcap iniciaram um processo de mudança de sede, a ser finalizado ainda no primeiro trimestre de 2022. Localizado no centro do Rio de Janeiro, o Edifício Ventura, nova “casa” da Companhia, é um moderno prédio de escritórios dotado de recursos de eficiência energética e de sustentabilidade em geral.

O Ventura é certificado como *Triple A* (classificação máxima nos quesitos qualidade, padrão de construção, projeto moderno e com alta eficiência tecnológica e energética). Sua construção recebeu o selo LEED Gold, que atesta o emprego das melhores práticas na edificação, eficiência no uso da água, qualidade ambiental interna e otimização do desempenho energético. Além disso, está em processo de obtenção da certificação Guia de Rodas, concedida a prédios com recursos eficientes de acessibilidade para pessoas com deficiência.



Anexo GRI

Sumário de Conteúdo da GRI GRI 102-55

GRI Standards	Conteúdo	Página/URL	Omissão	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Conteúdos gerais				
GRI 101: Fundamentos 2016				
GRI 101 não possui conteúdos				
Perfil organizacional				
	102-1 Nome da organização	14		
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	14		
	102-3 Localização da sede da organização	Rio de Janeiro (RJ)		
	102-4 Local de operações	14		
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	14		
	102-6 Mercados atendidos	14		
	102-7 Porte da organização	14		
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	21, 34, 39		8, 10
	102-9 Cadeia de fornecedores	24		
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve mudanças significativas.		
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	O princípio da precaução se reflete na Estratégia de Sustentabilidade da Brasilcap, formulada em 2019		
	102-12 Iniciativas externas	21		
	102-13 Participação em associações	21		

GRI Standards	Conteúdo	Página/URL	Omissão	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Estratégia				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-14 Declaração do mais alto executivo	11		
Ética e integridade				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	15		16
Governança				
	102-18 Estrutura de governança	20, 21		
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-38 Proporção da remuneração total anual	35		
	102-39 Proporção do aumento percentual na remuneração total anual	35		
Engajamento de stakeholders				
	102-40 Lista de grupos de stakeholders	15		
	102-41 Acordos de negociação coletiva	100% dos empregados celetistas estão cobertos por acordos coletivos		8
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-42 Identificação e seleção de stakeholders	15		
	102-43 Abordagem para engajamento de stakeholders	15		
	102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	16		
Práticas de reporte				
	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	https://www.brasilcap.com.br/brasilcap/downloads/Brasilcap_Anual_2021.2020_JORNAL.pdf		
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limites de tópicos	2		
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-47 Lista de tópicos materiais	16		
	102-48 Reformulações de informações	Não houve reformulações de informações.		
	102-49 Alterações no relato	Não houve alteração significativa neste relato.		
	102-50 Período coberto pelo relatório	De 1º/1/2021 a 31/12/2021, exceto onde especificado		

GRI Standards	Conteúdo	Página/URL	Omissão	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-51 Data do relatório mais recente	14/5/2021		
	102-52 Ciclo de emissão do relatório	Anual		
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	2		
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI, opção "Essencial"		
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	43, 44, 45		
	102-56 Verificação externa	Não houve verificação externa para o ciclo de 2021		

GRI Standards	Conteúdo	Página/URL	Omissão	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
---------------	----------	------------	---------	--

TÓPICOS MATERIAIS

Desempenho econômico

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	16		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	22		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	22		
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	23		8, 9

Combate à corrupção

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	16		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	17		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	17		
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	18		16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	17		16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	18		16

GRI Standards	Conteúdo	Página/URL	Omissão	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Capacitação e educação				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	16		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	36		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	36		
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	37		4, 5, 8, 10
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	37		5, 8, 10

Diversidade e igualdade de oportunidades

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	16		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	38		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	38		
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	38		5, 8

Avaliação social de fornecedores

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	16		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	24		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	24		
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	25		5, 8, 16

Marketing e rotulagem

Suplemento Setorial Financeiro - Marketing e rotulagem	FS15 Políticas para o correto desenvolvimento, a estruturação e a venda de produtos e serviços financeiros	28		10
	FS16 Iniciativas para melhorar a educação financeira por tipo de beneficiário	42		1, 8, 10

GRI Standards	Conteúdo	Página/ URL	Omissão	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Privacidade do cliente				
	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	16		
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-2 Forma de gestão e seus componentes	19		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	19		
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	19		16
Conformidade socioeconômica				
	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	16		
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-2 Forma de gestão e seus componentes	28		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	28		
GRI 419: Conformidade socioeconômica 2016	419-1 Não conformidade com leis e regulamentos socioeconômicos	28		16
Portfólio do produto				
	FS2 Procedimentos para avaliação e classificação de riscos ambientais e sociais nas linhas de negócios	28		10
	FS4 Processo(s) para melhorar a competência do pessoal para implementar as políticas e procedimentos ambientais e sociais aplicados nas linhas de negócios	28		10
	FS5 Interações com clientes, empresas investidas e parceiros de negócios sobre riscos e oportunidades ambientais e sociais	30		10
	FS7 Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício social específico para cada linha de negócios, separados por finalidade	29		1, 8, 9, 10, 11

PRINCÍPIO PARA SUSTENTABILIDADE EM SEGUROS (PSI)

Categoria geral	Princípios	Página/URL	Omissão
Princípio para Sustentabilidade em Seguros (PSI)	PS1 Incluir questões ambientais, sociais e de governança que sejam relevantes para a atividade do setor de seguros nas tomadas de decisões	14	
	PS2 Trabalhar em conjunto com clientes e parceiros comerciais para aumentar a conscientização sobre questões ambientais, sociais e de governança, gerenciamento de riscos e desenvolvimento de soluções	14	
	PS3 Atuar junto aos governos, órgãos reguladores e outros órgãos públicos estratégicos para promover ações amplas na sociedade sobre questões ambientais, sociais e de governança	14	
	PS4 Demonstrar responsabilidade e transparência divulgando com regularidade, publicamente, nossos avanços na implementação dos princípios	14	

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

1. Erradicação da pobreza
2. Fome zero e agricultura sustentável
3. Saúde e bem-estar
4. Educação de qualidade
5. Igualdade de gênero
6. Água potável e saneamento
7. Energia limpa e acessível
8. Trabalho decente e crescimento econômico
9. Indústria, inovação e infraestrutura
10. Redução das desigualdades
11. Cidades e comunidades sustentáveis
12. Consumo e produção responsáveis
13. Ação contra a mudança global do clima
14. Vida na água
15. Vida terrestre
16. Paz, justiça e instituições eficazes
17. Parcerias e meios de implementação

Créditos

Uma publicação **Brasilcap**

Av. República do Chile, 330 - Torre Leste, 7º andar
Centro, Rio de Janeiro - RJ – CEP: 20031-170
www.brasilcap.com.br

Coordenação

Gerência de Comunicação e Sustentabilidade

Materialidade, consultoria GRI, conteúdo e design

rpt.sustentabilidade
www.gruporeport.com.br

Imagens

Banco de imagens Brasilcap

Revisão

Alicia Toffani



BRASILCAP