

mar aberto

A Brasilcap amplia sua atuação aumentando a oferta para novos clientes e mercados potenciais

sumário

Apresentação

Mensagem do Conselho de Administração

Mensagem da Presidência e Diretorias

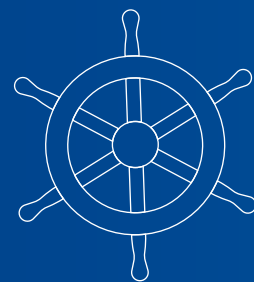
A Brasilcap

- Materialidade
- Governança e integridade



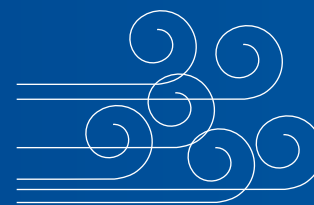
Desempenho em 2022

- O mercado brasileiro de capitalização em 2022
- Gestão financeira



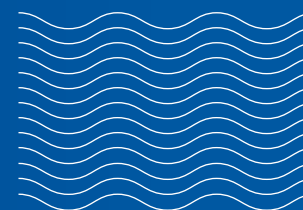
Portfólio e clientes

- Portfólio 2022
- Clientes
- Campanhas e ações de comunicação



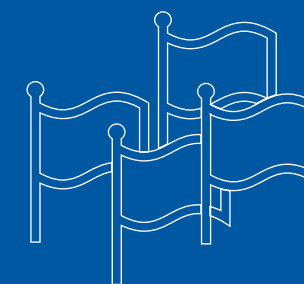
Cultura Organizacional

- Avanço na gestão de pessoas
- Diversidade e inclusão
- Inovação e transformação digital



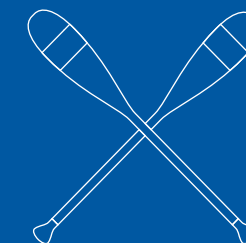
Atuação em sustentabilidade

- Produtos com apelo socioambiental
- Apoios e patrocínios
- Gestão ambiental
- Gestão de fornecedores



Anexo GRI

Créditos





Apresentação

Durante o ano de 2022, a atuação da Brasilcap foi direcionada por três grandes ambições: colaborar com o crescimento do mercado de capitalização, intensificar os negócios no “mar aberto” e retomar a liderança do segmento. As três ambições foram atingidas, cada uma com o seu propósito.

O Relatório Anual de Sustentabilidade 2022 resume os principais momentos dessa jornada, com ênfase na exploração do “mar aberto” – ou seja, a atuação fora do Banco do Brasil, com outros parceiros ou de vendas realizadas diretamente pela Brasilcap. Em 2022, os esforços comerciais da Brasilcap foram estrategicamente divididos entre esse “mar aberto”, que foi revitalizado com parcerias externas, novos produtos e modelos inovadores de vendas, e o tradicional canal BB, tão relevante para a Companhia desde a fundação.

A travessia desse “mar aberto” é o fio condutor deste Relatório, que ainda inclui informações sobre o desempenho financeiro da Companhia, as principais iniciativas de atendimento e engajamento com os clientes, os avanços na gestão e desenvolvimento de pessoas, e a evolução da cultura interna de inovação e transformação digital.

Tão importantes quanto os resultados de negócios são os progressos nos temas ambientais, sociais e de governança (ASG). O Relatório aborda a evolução da sustentabilidade da Companhia em 2022, uma “bússola” fundamental para guiar a Brasilcap em uma rota de crescimento e resiliência.

Como nos últimos anos, o Relatório Anual 2022 adota as diretrizes de conteúdo e indicadores da Global Reporting Initiative (GRI), organização não governamental que fornece padrões mundialmente aceitos para reporte de desempenho corporativo e de sustentabilidade.

Os dados relatados se referem ao período entre 01/01/2022 a 31/12/2022, exceto onde discriminado. O endereço eletrônico sustentabilidade@brasilcap.com.br está disponível para a prestação de informações adicionais sobre quaisquer pontos do documento. **GRI 2-3**

Boa navegação a todos!

Mensagem do Conselho de Administração

A Brasilcap existe desde 1995 para transformar a vida de seus clientes por meio da capitalização. Em 2022, cumprimos esse propósito com energia redobrada, superando as expectativas de desempenho financeiro, de volume de prêmios distribuídos e de ações de inovação e de responsabilidade social.

Fomos responsáveis por injetar mais de R\$ 4,1 bilhões na economia brasileira, com a distribuição de prêmios e as devoluções de reservas de clientes. No decorrer do ano, cerca de R\$ 57 milhões foram pagos em sorteios, que contemplaram aproximadamente 19,7 mil títulos de capitalização. E obtivemos uma elevação de 38% em nosso faturamento, que totalizou quase R\$ 6 bilhões.

O resultado principal de todo esse esforço foi o retorno à liderança do mercado de capitalização brasileiro em nível de reservas técnicas, que acumularam R\$ 9,61 bilhões, um objetivo central em nossa estratégia para o ano, perseguido com afinco e atingido antes mesmo do fim de 2022.

Esses resultados também comprovam a assertividade do planejamento definido para o ano e a

eficiência da força de trabalho da Brasilcap. O crescimento expressivo foi impulsionado pelo engajamento das equipes de vendas e de relacionamento com o cliente, a criação de novos produtos e os investimentos em soluções digitais inovadoras.

A partir da exploração de oportunidades junto a parceiros externos – o que chamamos de “mar aberto” – a Companhia expandiu seu portfólio. Criamos produtos nas modalidades Filantropia Premiável (Sorte Saúde e Estação Cap) e Popular (Sortudin), ampliando o potencial para atingirmos novos públicos.

Vale lembrar que o Sorte Saúde e o Estação Cap contribuíram para o valor que a Brasilcap agregou à sociedade em 2022, ao oferecerem aos clientes a possibilidade de transformar o resgate do título em doações a instituições sociais. O mesmo ocorre com o Doadin, nosso primeiro produto 100% digital, que já beneficiava a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD) e passou também a direcionar doações aos projetos da Fundação BB.

As inovações reforçaram a versatilidade da nossa linha de produtos, que continua contando com o

Ourocap como seu principal destaque. Comercializado pelos canais de atendimento do Banco do Brasil, o título da modalidade Tradicional foi promovido com campanhas comerciais e de comunicação inovadoras, incluindo nos meios digitais. Como resultado, superamos 1,5 milhão de novos títulos e uma base de 2 milhões de clientes ativos.

Complementando o excelente desempenho operacional e financeiro, seguimos na consolidação de nosso posicionamento em questões ambientais, sociais e de governança (ASG). Em conformidade à Circular Susep nº 666/2022, iniciamos a inclusão de aspectos ASG nos nossos processos de gestão de riscos. E aderimos formalmente ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas e ao Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção Ethos, iniciativas na vanguarda da promoção da ética corporativa.

Essas iniciativas se alinham aos preceitos da Política de Sustentabilidade da Brasilcap, divulgada publicamente em 2022. Assim como a contribuição da Companhia a projetos externos de responsabilidade socioambiental, incluindo ações culturais, de saúde, educativas e de proteção ambiental. Mais de 160 mil pessoas foram diretamente beneficiadas pelos projetos, que receberam recursos via Lei de Incentivo à Cultura, Lei do Esporte, Fundo para a Infância e Adolescência e Lei do Idoso.

Parabenizamos toda a Companhia pelas conquistas e agradecemos a todos que apoiaram as iniciativas da Brasilcap e colaboraram na concretização de nossos objetivos em 2022 – em especial, a nossos clientes, acionistas, parceiros comerciais e colaboradores.



Ullisses Christian Silva Assis
Presidente do Conselho de Administração da Brasilcap

Mensagem da Presidência e Diretorias

GRI 2-22

O ano de 2022 foi histórico para a Brasilcap. Passamos por um reposicionamento estratégico em toda a nossa atuação, gerando excelentes resultados. O principal deles: o retorno à liderança do mercado de capitalização brasileiro, uma de nossas ambições para o ano. Essa conquista foi fruto de uma gestão de excelência, do esforço diário e, principalmente, da maior sinergia com os nossos parceiros, sejam os mais novos, sejam os que estão conosco há mais tempo.

E quando nos referimos aos novos parceiros, falamos nos avanços obtidos no posicionamento da Brasilcap no “mar aberto”. Usamos essa expressão para caracterizar a imensidão de oportunidades apresentadas no mercado fora dos canais comerciais do Banco do Brasil.

A estratégia bem montada para “navegar” por esse mar incluiu o trabalho conjunto com um grande número de novos parceiros, a formação de produtos inovadores e customizados para diversos tipos de públicos e uma nova mentalidade de abordagem comercial.

A renovação do portfólio em 2022 foi orientada por essa estratégia, com o lançamento de dois produtos de Filantropia Premiável (Estação Cap e Sorte Saúde) e um produto Popular (Sortudin). Ainda firmamos novas parcerias para oferecer o Doadin, como por exemplo por meio da Fundação Banco do Brasil (FBB), que beneficia vários projetos socioambientais. Com isso, pudemos não apenas desbravar o “mar aberto”, mas também “pescar” inúmeras oportunidades que contribuíram para a retomada da liderança.

Também reforçamos laços com os parceiros mais antigos, como a força de vendas do Banco do Brasil e as empresas coligadas do Grupo BB Seguros. Criamos uma Superintendência voltada aos Canais BB e intensificamos a agenda de treinamentos e campanhas de incentivo. O resultado: um crescimento de 21,7% na base de clientes ativos Ourocap, em comparação a 2021.

Só conseguimos essas vitórias porque encantamos nossos clientes. A experiência e o atendimento que proporcionamos a quem adquire os títulos Brasilcap são únicos. Isso foi amplamente

Retomamos a liderança do mercado de capitalização, uma das grandes ambições de 2022

reconhecido pelo próprio mercado em 2022, com nossas vitórias no Prêmio Consumidor Moderno, concedido pela revista homônima, e no Prêmio Conarec, do Congresso Nacional das Relações Empresa-Cliente.

Conquistas grandiosas, que traduzem nossa ousadia. E tudo só foi possível com o empenho de nossos colaboradores, que incorporaram plenamente a atitude de liderança. Renovamos nossas grades de capacitação e desenvolvimento, aceleramos a cultura de inovação na empresa e buscamos engajar todo o público interno na definição do Planejamento Estratégico e seus objetivos. Vale ressaltar que tudo isso foi alcançado em meio à mudança para uma nova sede: o Edifício Ventura, no Rio de Janeiro, moderno e mais sustentável.



Nelson de Souza
Presidente da Brasilcap

Com o curso definido para o “mar aberto” e para o Ourocap, avançamos na agenda ambiental, social e de governança (ASG) da Brasilcap, com ações para aumentar o valor que geramos para a sociedade e garantir a nossa perenidade. Podemos citar a incorporação da Diversidade como um dos Valores da Companhia; a adesão ao Pacto Global (ONU) e ao Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção (Instituto Ethos); o início de um projeto de carbono zero que culminou na compensação de emissões de carbono relativas a 2020 e 2021 (com a chancela da Organização Verra, líder internacional no tema); e o apoio a relevantes iniciativas de cunho social e cultural.

Em 2023, a “bússola” segue a mesma, orientada pelos cinco “pontos cardeais”, nossos Objetivos Estratégicos – Resultados, Inovação, Clientes, Gestão e Pessoas. Trabalharemos pelo crescimento das receitas e das vendas; pelo aumento nos índices de retenção e de ativação dos clientes, bem como em sua satisfação; vamos avançar nossas iniciativas de inovação e de valorização do capital humano; e integrar cada vez mais os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) à nossa estratégia.

Prosseguiremos, em 2023 e nos próximos anos, dedicados a consolidar continuamente nossa liderança. Pois só assim cumprimos a missão da Brasilcap de ser agente na transformação da vida das pessoas e da sociedade. Obrigado a todos.

Resultados, Inovação, Clientes, Gestão e Pessoas - eis nossos Objetivos Estratégicos



Antonio Carlos de Macedo Teixeira Filho
Diretor Comercial e Clientes



Frederico Guilherme Fernandes de Queiroz Filho
Diretor de Produtos e Tecnologia



Carlos Hamilton Vasconcelos Araújo
Diretor de Gestão de Riscos e Controles Internos



Denis dos Santos Morais
Diretor de Finanças e Administração

A BRASILCAP

rota traçada



A BRASILCAP

Rota traçada

GRI 2-1

Em 2022, a Companhia retomou a liderança do mercado de capitalização – a recompensa pela ousadia de se aventurar no “mar aberto”

Líder do mercado brasileiro em volume de reservas financeiras, a Brasilcap Capitalização S.A. é a empresa de capitalização do Grupo BB Seguros. Fundada em 1995, a Companhia é hoje uma das referências nacionais no segmento, criadora de um dos mais tradicionais títulos do setor – o Ourocap.

Em 27 anos de atuação, a Brasilcap já ajudou mais de 15 milhões de pessoas a realizarem sonhos e projetos, distribuindo cerca de R\$ 2,5 bilhões em prêmios a aproximadamente 690 mil títulos. Em 2022, mais de três milhões de clientes adquiriram produtos de capitalização nas modalidades Tradicional, Instrumento de Garantia, Filantropia Premiável e Incentivo.

A Brasilcap também é uma liderança em sustentabilidade no setor brasileiro de capitalização. A Companhia vem investindo nos últimos anos na disseminação de uma agenda de temas ambientais, sociais e de governança (ASG) entre seu público interno e entre os demais representantes institucionais do segmento, que é regulamentado e fiscalizado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep).

O posicionamento ASG da Companhia está alinhado aos Princípios da Sustentabilidade em Seguros (PSI) da Iniciativa Financeira da Organização das Nações Unidas (Unep-FI/ONU) – dos quais a Brasilcap é signatária desde 2015.

No campo da inovação em produtos e serviços, a Brasilcap vem acelerando a transformação digital, com novos formatos e funcionalidades de títulos, diversificação de meios de atendimento e relacionamento com os clientes e a prospecção de parceiros comerciais e canais ainda não explorados.

São iniciativas que ajudaram a Brasilcap a conquistar em 2022 (pelo terceiro ano consecutivo), o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, na categoria Previdência e Capitalização, e o Prêmio Segurador Brasil 2022, na categoria Referência em Capitalização.

VISÃO, PROPÓSITO E VALORES GRI 2-23

BRASILCAP

Somos *referência no mercado de Capitalização*

Estes são os princípios orientadores da Brasilcap:

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

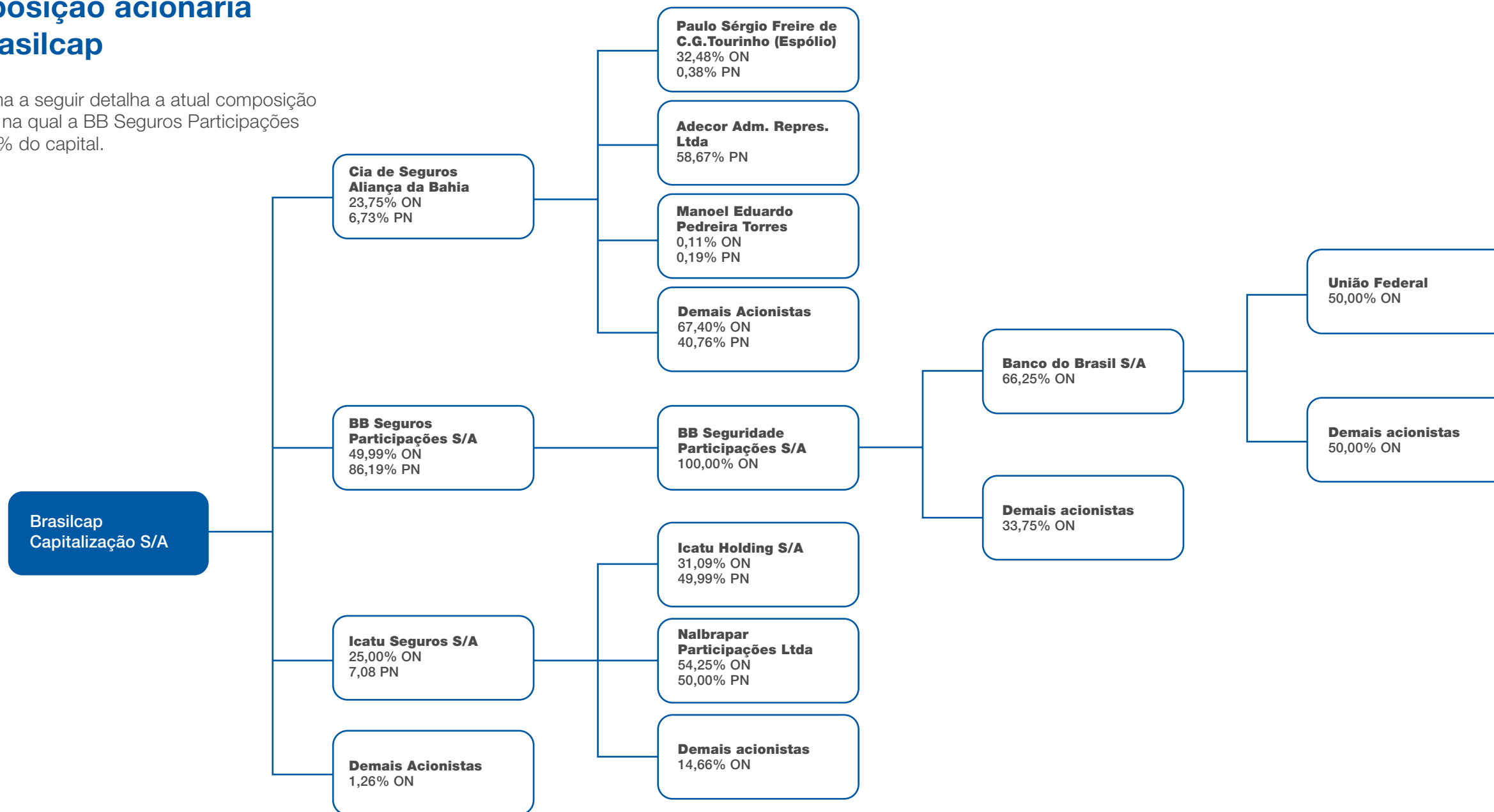
Ser agente de transformação na vida das pessoas e na sociedade

Valores

- Adaptabilidade
- Comprometimento
- Excelência
- Inovação
- Diversidade

Composição acionária da Brasilcap

O diagrama a seguir detalha a atual composição acionária, na qual a BB Seguros Participações detém 50% do capital.



Materialidade GRI 3-1

O Planejamento Estratégico da Brasilcap considera a matriz de materialidade da empresa na definição de objetivos e metas.

Essa matriz relaciona os temas mais relevantes às atividades da Companhia, e que exercem os impactos mais significativos sobre os principais públicos de interesse da Brasilcap: clientes, acionistas, empresas do Grupo BB, parceiros de negócios (no BB e externos), fornecedores, entidades setoriais (CNSeg e Fenacap) e colaboradores, além da Susep. [GRI 2-29](#)

A atual matriz de materialidade, construída em 2022, foi elaborada com o apoio de uma consultoria especializada, a partir de levantamentos setoriais, pesquisas e entrevistas com representantes das partes interessadas (*stakeholders*). [GRI 2-14](#)

O processo iniciou-se com uma etapa qualitativa, na qual foram definidos os temas materiais, de acordo com *benchmarks* do mercado e entrevistas com *stakeholders* internos e externos. Após uma categorização dos públicos consultados, seguiu-se uma etapa quantitativa, com a priorização dos temas de acordo com a pesquisa feita com os públicos, e, ao final, a validação da materialidade.

Temas materiais da Brasilcap GRI 3-2

Tema ¹	Detalhamento e abordagem
1 Desempenho econômico	Geração de resultados financeiros do negócio (redução de custos, aumento de receitas e de margem operacional)
2 Cultura e ambiente de inovação	Diversidade na atração de novos talentos e fomento à cultura de inovação; uso de ferramentas e métodos criativos e ágeis
3 Governança e transparência	Aprimoramento da governança corporativa e seus mecanismos
4 Competitividade diante de novos entrantes	Capacidade de enfrentamento e aprendizado em um mercado com novos <i>players</i> e modelos de negócio
5 Design de produto socioambiental	Capacidade de responder a um ambiente em mudança, criando produtos que dialogam com fatores socioambientais, conforme aumento da demanda do mercado
6 Gestão de riscos sistêmicos	Incorporação da análise de riscos sistêmicos e da interdependência entre riscos e fatores de risco, incluindo riscos ASG
7 Engajamento e integração dos funcionários	Desenvolvimento dos colaboradores e integração entre as áreas, com foco na otimização dos processos e melhoria do clima organizacional
8 Relacionamento e satisfação de clientes	Aperfeiçoamento dos modelos de relacionamento com os clientes, respeitando sua jornada de uso, atendendo e antecipando suas necessidades e superando expectativas

9	Inovação e aceleração digital	Interações mais estratégicas, oferecendo qualidade no atendimento e identificando a aceleração digital como oportunidade de impulsionar o crescimento da empresa
10	Educação financeira e securitária	Disseminação de conhecimentos visando à conscientização e à qualificação do processo de escolha de produtos e serviços
11	Igualdade, diversidade, inclusão & bem-estar	Apoio no esforço nacional de ampliação da representatividade e bem-estar físico e emocional, com a promoção da diversidade e inclusão
12	Inclusão financeira e empoderamento	Desenvolvimento de soluções para uma economia mais forte por meio da inclusão financeira e do empoderamento dos excluídos do sistema financeiro
13	Privacidade, proteção de dados e segurança cibernética	Garantia do direito dos clientes de serem protegidos de uma interferência em seus assuntos pessoais, com aprimoramento dos processos de proteção de dados e sistemas de computação
14	Ética nas relações e nos negócios	Foco na prevenção e combate a fraudes, lavagem de dinheiro e conflito de interesses; reforçando políticas e treinamentos para colaboradores, fornecedores e parceiros comerciais

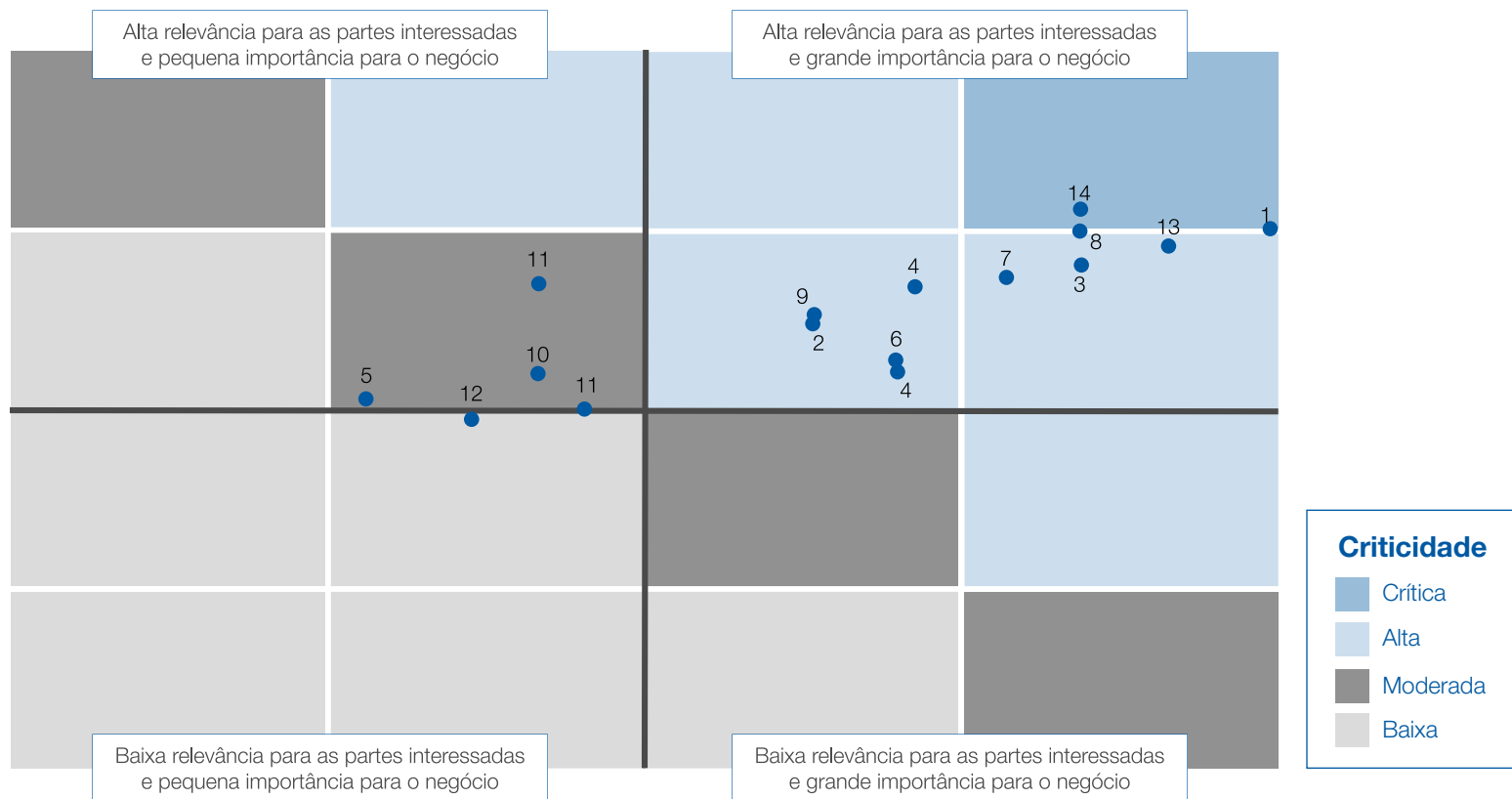
1: Como as operações da Brasilcap exercem baixo impacto sobre as mudanças climáticas e demais questões ligadas ao meio ambiente, o levantamento da materialidade não apontou temas ambientais a serem priorizados.

Os 14 temas materiais são considerados na estratégia da Companhia



A seguinte matriz de materialidade resume, em forma gráfica, a relevância de cada tema material para a liderança da Brasilcap (eixo horizontal) e para os públicos de interesse (eixo vertical); e a criticidade de cada tema para os negócios da Companhia.

Matriz de materialidade



Temas materiais

- 1 Desempenho econômico

- 2 Cultura e ambiente de inovação

- 3 Governança e transparência

- 4 Competitividade diante de novos entrantes

- 5 *Design* de produto socioambiental

- 6 Gestão de riscos sistêmicos

- 7 Engajamento e integração dos funcionários

- 8 Relacionamento e satisfação de clientes

- 9 Inovação e aceleração digital

- 10 Educação financeira e securitária

- 11 Igualdade, diversidade, inclusão e bem-estar

- 12 Inclusão financeira e empoderamento

- 13 Privacidade, proteção de dados e segurança cibernética

- 14 Ética nas relações e nos negócios

Integração entre estratégia e ASG

O planejamento estratégico da Brasilcap estabelece cinco objetivos prioritários que orientam os projetos e as metas de desempenho da Companhia. Sob a ótica da gestão de aspectos ambientais, sociais e de governança (ASG), os objetivos são correlacionados com os cinco Valores da Brasilcap, e também com os temas apontados pelo processo de materialidade.

O diagrama a seguir demonstra como cada objetivo (Otimizar o resultado; Acelerar a inovação; Encantar nossos clientes; Proporcionar a melhor experiência para nossos talentos; e Ter excelência em gestão) se integra aos Valores e aos temas materiais. É um ciclo virtuoso que tem, em seu centro, a grande ambição da Companhia: liderar o mercado de capitalização.

Integração: objetivos estratégicos e temas materiais

Desempenho econômico

Competitividade diante de novos entrantes

Governança e transparência

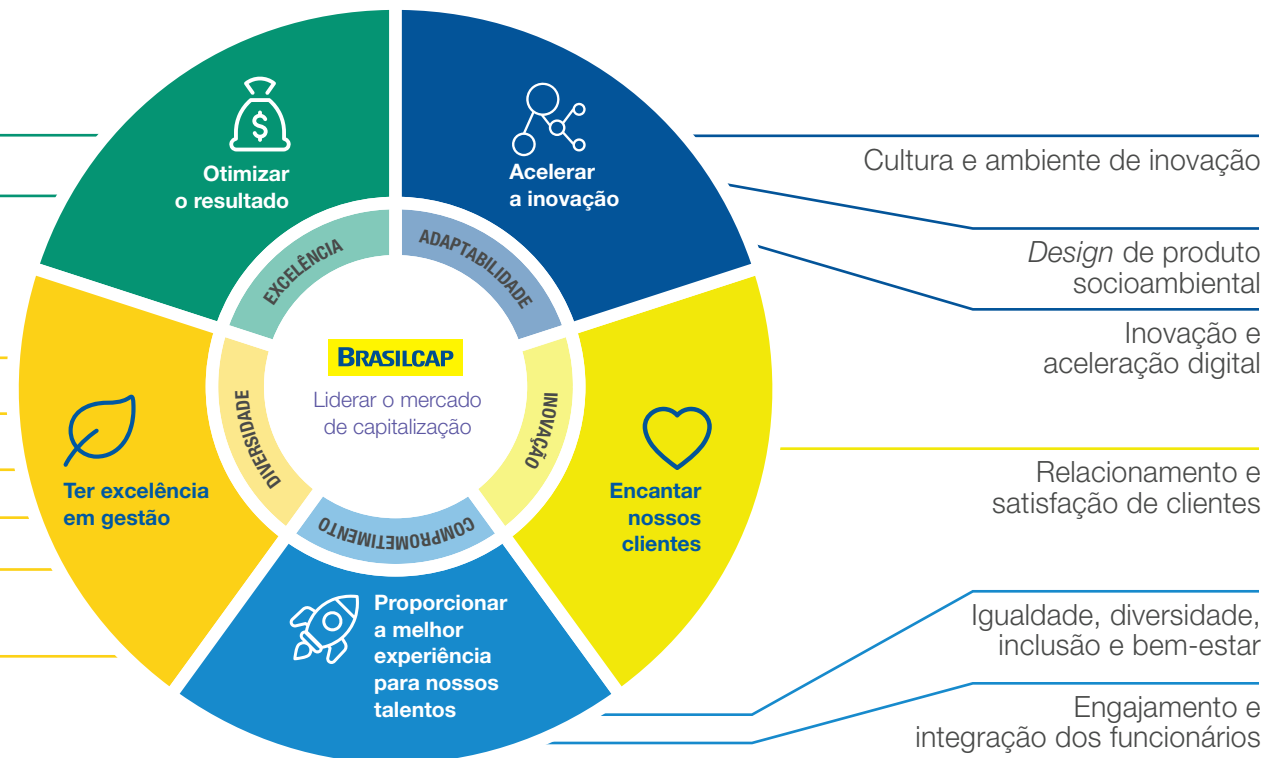
Gestão de riscos sistêmicos

Educação financeira e securitária

Inclusão financeira e empoderamento

Privacidade, proteção de dados e segurança cibernética

Ética nas relações e nos negócios



Valores, objetivos e gestão ASG foram integrados

A Gerência de Processos e Escritório de Projetos define os padrões normativos, que registram diretrizes, regras e procedimentos referentes às atividades realizadas por todas as áreas. Tais normativos são revisitados obrigatoriamente a cada dois anos. O mapeamento dos processos por meio de fluxogramas facilita o entendimento das entradas e saídas.

Cada área da Companhia é responsável por conduzir os compromissos assumidos e tem a responsabilidade pela construção da trilha de conhecimento – que subsidia a construção dos treinamentos disponibilizados na plataforma AtivaMente, ou por meio de ações de sensibilização. **GRI 2-24**

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

As atividades da Brasilcap também consideram a contribuição que a Companhia pode dar para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Estes são os ODS considerados, cada qual com as suas metas, relacionados ao contexto de atuação da Companhia.

As definições dos ODS e suas metas estão descritas [aqui](#). Leia mais neste Relatório sobre ASG e planejamento estratégico no capítulo *Atuação em sustentabilidade*.



Meta 1.4



Meta 2.3



Meta 4.4 e 4.a



Meta 5.5 e 5.a



Meta 8.6, 8.8 e 8.10



Meta 10.3



Meta 11.6



Meta 12.6



Meta 16.6

Governança e integridade

GRI 2-23, 3-3: Governança e transparência, Ética nas relações e nos negócios

O Código de Ética e Conduta da Brasilcap é a base para a manutenção dos Valores corporativos da Companhia e de uma postura institucional justa e transparente. O documento, que também se aplica a todos os colaboradores em qualquer nível hierárquico, traz orientações sobre conflitos de interesse, combate à corrupção, responsabilidade socioambiental e comportamento no ambiente de trabalho.

As diretrizes do Código são observadas e propagadas com as atividades dos Programas de Integridade e de Compliance, que promovem internamente as melhores práticas de ética empresarial e de governança corporativa. O Programa de Integridade visa elevar a transparência e reduzir riscos de violações de leis e regulamentos, bem como a prática de qualquer ato lesivo.

Já o Programa de Compliance estabelece diretrizes para prevenção, detecção e correção de ações inadequadas ou divergentes das leis, além de cuidar do gerenciamento de riscos à conformidade legal da Brasilcap. As iniciativas de ambos os programas alcançam todos os colaboradores da Companhia e seus parceiros (como fornecedores de produtos e serviços).

Todas as ações de integridade, bem como a estrutura de governança e gestão, observam as regulações da Superintendência de Seguros Privados (Susep) e as recomendações do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). A conformidade a essas regulações é reforçada pelo Programa de Aprendizagem Contínua em Integridade e Compliance, que dissemina, durante todo o ano, conteúdos ligados à ética e ao combate à corrupção.

Em 2022, a Brasilcap assumiu dois compromissos públicos que ressaltam seu alinhamento com os mais altos padrões de governança. Com a adesão ao Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção (Instituto Ethos), a Companhia atendeu ao principal requisito para participar do Programa Empresa Pró-Ética.

A Brasilcap também aderiu à Rede Brasil do Pacto Global das Nações Unidas (ONU), maior iniciativa internacional para a disseminação de princípios de ética, integridade, direitos humanos, meio ambiente e trabalho digno, entre outros princípios.

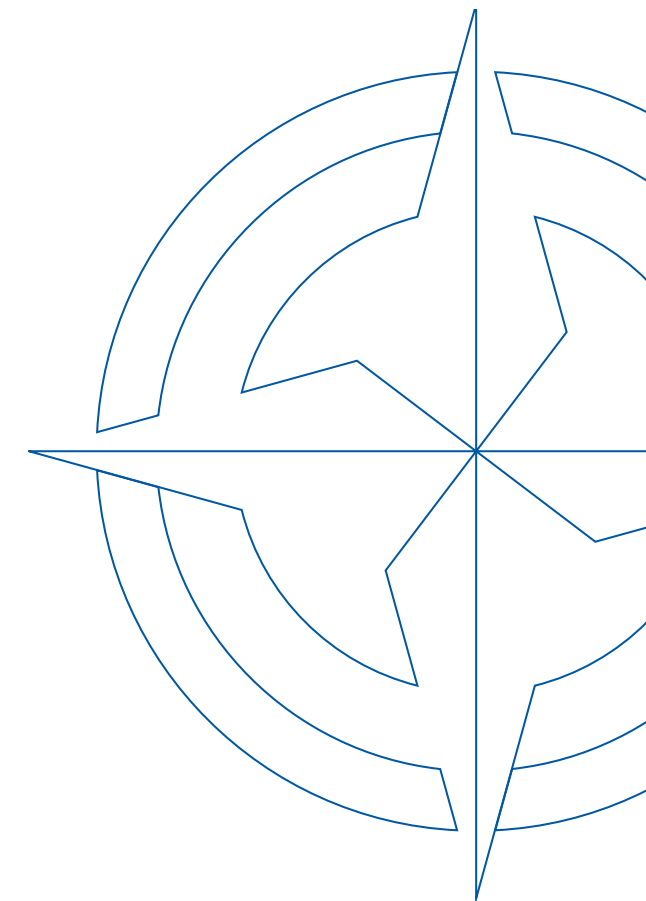
Canal de Ética GRI 2-26

Violações do Código de Ética e Conduta (e quaisquer outros comportamentos que infrinjam leis e regulamentos) podem ser reportadas ao Canal de Ética da Brasilcap – que também recebe denúncias ligadas a atos de corrupção e demais queixas referentes à integridade corporativa.

O Canal de Ética pode ser acessado por todos os públicos, interno e externo, no [site](#) ou por telefone (0800-377-8003). O sigilo e o anonimato são garantidos em todas as fases da apuração, bem como a imparcialidade durante a investigação das denúncias consideradas procedentes.

O Guia do Canal de Ética, disponível ao público interno da Brasilcap, passou por uma atualização em 2022, para esclarecer os procedimentos empregados e as situações que merecem ser reportadas.

Em 2022, a Brasilcap aderiu à Rede Brasil do Pacto Global (ONU)



Administração GRI 2-9

Conforme previsão no Estatuto Social da Brasilcap, em seu artigo 10º, a Administração da Companhia é composta por um Conselho de Administração e por uma Diretoria.

Suas composições eram as seguintes, em abril de 2023:

Órgão	Presidente	Composição
Conselho de Administração	Ullisses Christian Silva Assis	<p>Conselheiros titulares: Pedro Maciel Capeluppi; Marcelo Pacheco dos Guarany; Maria do Carmo Nabuco de Almeida Braga; Mariangela Fialek; Silvano Gianni.</p> <p>Conselheiros suplentes: Alexandre Petrone Vilardi; José Renato de Almeida Gonçalves Tourinho.</p>
Diretoria	Nelson Antônio de Souza	<p>Diretores: Frederico Guilherme Fernandes de Queiroz Filho (Produtos e Tecnologia); Carlos Hamilton Vasconcelos Araújo (Gestão de Riscos e Controles Internos); Antonio Carlos de Macedo Teixeira Filho (Comercial e Clientes); Denis dos Santos Morais (Finanças e Administração).</p>

Nova estrutura organizacional

A Brasilcap iniciou, em 2022, uma reformulação de sua estrutura organizacional e de governança corporativa. As mudanças visam tornar a Companhia mais competitiva e alinhada aos objetivos do Planejamento Estratégico.

A Diretoria Comercial passou a se chamar Diretoria Comercial e Clientes, passando a responder pela estratégia de clientes da companhia;

Adicionalmente, foram introduzidas em 2022 três Superintendências Executivas: Canal Banco do Brasil, Novos Negócios e Governança, Estratégia, Pessoas e Organização.

Nova estrutura é mais alinhada ao Planejamento Estratégico



Gestão de riscos e controles internos

GRI 3-3: Gestão de riscos sistêmicos

A Diretoria de Gestão de Riscos e Controles Internos faz a gestão dos riscos corporativos relacionados às atividades da Brasilcap e propõe seu tratamento, visando mantê-los dentro do apetite da Companhia.

O trabalho é baseado no *framework* Gerenciamento de Riscos Corporativos – Estrutura Integrada, do Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), e nas exigências da Resolução nº 416 do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP).

A atuação na área ganhou caráter ainda mais estratégico em 2022, com a elevação do Comitê de Riscos – que assessora o Conselho de Administração em decisões relativas à gestão de riscos – ao nível de órgão estatutário. A decisão também atende às novas exigências regulatórias da Resolução CNSP nº 416. Adicionalmente, a Declaração de Apetite a Risco (que define os limites de exposição aos riscos e a governança para tratá-los), foi otimizada.

O Plano Anual de Riscos e Controles (PARC) define ações e prazos para as atividades de gestão de riscos e as metas a serem cumpridas pelas equipes. As principais categorias de riscos monitoradas são: subscrição, crédito, operacional, mercado e liquidez.

As áreas internas realizam a autoavaliação e o monitoramento dos riscos inerentes a seus processos, de acordo com a relevância para o setor de capitalização. Em alinhamento à estratégia de Sustentabilidade da Brasilcap, as avaliações também consideram aspectos ambientais, sociais e de governança (ASG).

No plano da ética corporativa, o Programa de Compliance prevê ações voltadas ao monitoramento de riscos reputacionais. Os gestores das áreas avaliam os riscos dos projetos e processos sob sua coordenação, com apoio da Gerência de Riscos Corporativos e Conformidade. **GRI FS2**

Demandas ASG da Circular Susep nº 666/2022

Em sua Circular nº 666, publicada em junho de 2022, a Susep definiu novas regras de sustentabilidade para as entidades sob sua supervisão, incluindo riscos financeiros, ambientais, sociais e de governança. Os processos de gestão de risco da Brasilcap estão passando por um período de adequação aos novos termos, trabalho iniciado em 2022 e que prossegue em 2023. A autoavaliação de riscos, feita pelas áreas operacionais, já foi ajustada em alinhamento com a Circular.

“A Circular Susep 666 veio para formalizar a importância da sustentabilidade – intrínseca e fundamental para os negócios. O objetivo é mitigar riscos e identificar oportunidades por meio de práticas sustentáveis.”

Sônia Dias

Especialista em Sustentabilidade



“A Brasilcap já possuía políticas e diretrizes para governança baseada na Sustentabilidade, mesmo antes da iniciativa do regulador (CNSP / Susep) de normatizar os padrões mínimos esperados do mercado para as questões de ASG. Essa vanguarda, da qual tanto nos orgulhamos, não retira a importância da recente norma legal, que consolida, fortalece e dissemina a cultura ASG para todos os agentes do setor.”

Geraldo Marinho

Gerente de Riscos Corporativos



Novas ferramentas foram adotadas para otimizar processos em três áreas: atendimento à Lei Anticorrupção, análises de riscos de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo e gestão de riscos e perdas operacionais.

A gestão de riscos contempla, dentre outros temas, o tributário, mapeados pelas áreas da primeira linha, com o apoio da Gerência Executiva de Riscos e Conformidade. **GRI 207-2**

A Companhia valida suas obrigações tributárias junto aos auditores e consultores externos, e faz o acompanhamento constante pelas Gerências Executivas Jurídica e de Controladoria, Investimentos, Administração e Financeira das notificações recebidas da Receita Federal, bem como das ações judiciais com mérito tributário.

No tocante a riscos de conflitos de interesse, a Política de Transações com Partes Relacionadas determina: funcionários das áreas responsáveis pela negociação, análise ou aprovação de transações com partes relacionadas que se encontrem em conflito de interesse devem se declarar impedidos, explicando seu envolvimento e abstendo-se da discussão. **GRI 2-15**



Treinamentos anticorrupção

GRI 205-2, 205-3, 206-1

Todo o público interno da Brasilcap, incluindo Conselho de Administração, Diretoria, empregados próprios e temporários (aprendizes e estagiários), foi comunicado acerca de políticas e procedimentos anticorrupção em 2022. Não houve registro de casos confirmados de corrupção ou de ações judiciais referentes a concorrência desleal e leis anti-truste ou antimonopólio.

Segurança cibernética e privacidade dos clientes

GRI 3-3: Privacidade, proteção de dados e segurança cibernética

Nos termos de sua Política de Privacidade e Proteção de Dados e da Política Corporativa de Gestão de Dados, e em conformidade à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a Brasilcap se compromete a proteger os dados pessoais de terceiros, em especial de seus clientes.

Com a reestruturação organizacional, a área de Privacidade e Proteção de Dados incorporou o setor de Segurança da Informação,

passando a denominar-se Privacidade e Segurança. A sinergia proporcionou uma melhor gestão dos temas ligados à LGPD, de acordo com os pilares que fundamentam a segurança da informação (integridade, confidencialidade e disponibilidade).

Duas normas internas (Retenção e Descarte de Dados Pessoais e Gerir Privacidade e Proteção de Dados) complementam o trabalho de segurança cibernética. Ainda no plano normativo, o Código de Ética e Conduta traz desde 2021 diretrizes específicas sobre confidencialidade de informações, além de fazer referência à Política de Privacidade e Proteção de Dados.

As Políticas de Privacidade e Proteção de Dados (interna e externa) foram atualizadas, dentro de um conjunto de 46 ações previstas na gestão de segurança cibernética (das quais foram concluídas 37 em 2022). Graças a essas medidas, não houve ocorrências relacionadas a violações de privacidade dos clientes no ano.

GRI 418-1

Para rastrear a eficácia das medidas de proteção, a Brasilcap avalia quantitativamente a maturidade do público interno quanto à resposta a incidentes de segurança e o impacto à proteção de dados pessoais. As metas em 2022, devidamente cumpridas, referiam-se aos tópicos “Maturidade em segurança da informação” e “Monitoramento de serviços de segurança”.

DESEMPENHO EM 2022

navegar é preciso



DESEMPENHO EM 2022

Navegar é preciso

GRI 3-3: Desempenho econômico-financeiro



Os números de um ano de grandes conquistas, tanto nas inovações concebidas para o “mar aberto” quanto nos tradicionais canais do Banco do Brasil

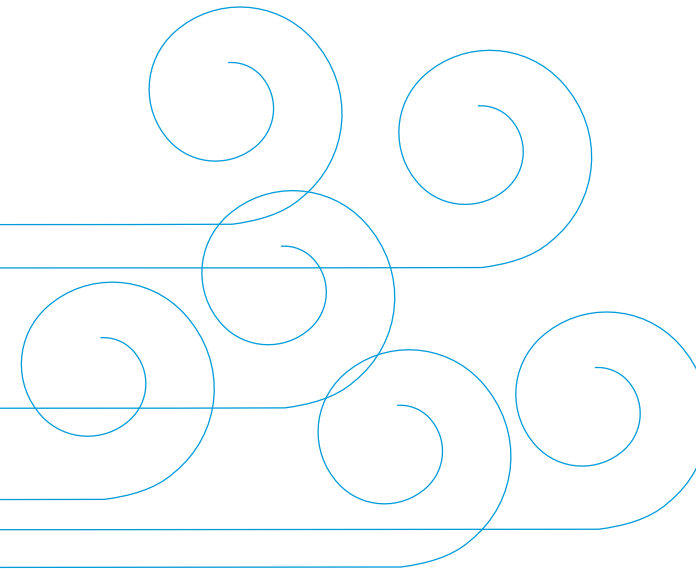
Em um ano de resultados positivos para todo o segmento de capitalização, a Brasilcap retomou a liderança do mercado. A Companhia encerrou o ano com a maior reserva técnica acumulada no setor – o principal indicador de robustez financeira das empresas da área.

Ao fim de 2022, o crescimento das reservas da Brasilcap foi de 21,5%, o que possibilitou o alcance da liderança. O desempenho reflete o direcionamento estratégico traçado para o ano, com iniciativas como a celebração de novas parcerias, a diversificação do portfólio e a ampliação dos públicos potenciais.

“Há 27 anos a Brasilcap transforma a vida de seus clientes com a capitalização e, no ano de 2022, crescemos como nunca para continuar nosso propósito. O resultado não poderia ser diferente: retomamos a liderança em reservas no mercado.”

Gabriel Monteiro

Gerente Executivo de Controladoria, Investimentos, Administração Financeira



O mercado brasileiro de capitalização em 2022

O mercado de capitalização registrou, em 2022, uma elevação de 16,9% em suas receitas totais, de acordo com a Federação Nacional de Capitalização (FenaCap). As reservas técnicas tiveram um aumento de 12,1% em comparação com os números de 2021. Os números confirmam a tendência de crescimento percebida nos últimos dois anos.

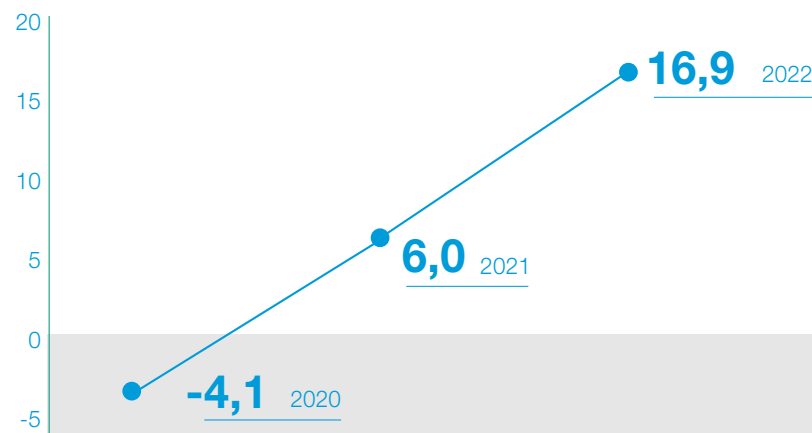
Em termos proporcionais, a Brasilcap elevou sua participação no *market share* em faturamento, frente ao ano anterior.

A Brasilcap acompanhou o crescimento do mercado em 2022

Receitas totais do setor de capitalização (R\$ bilhões)



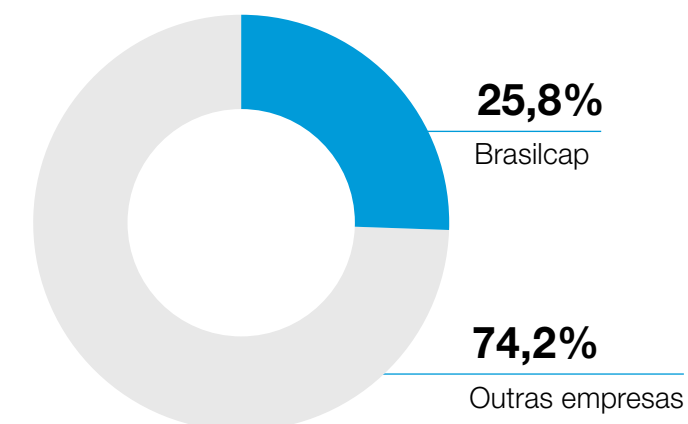
Variação das receitas totais do setor (%)



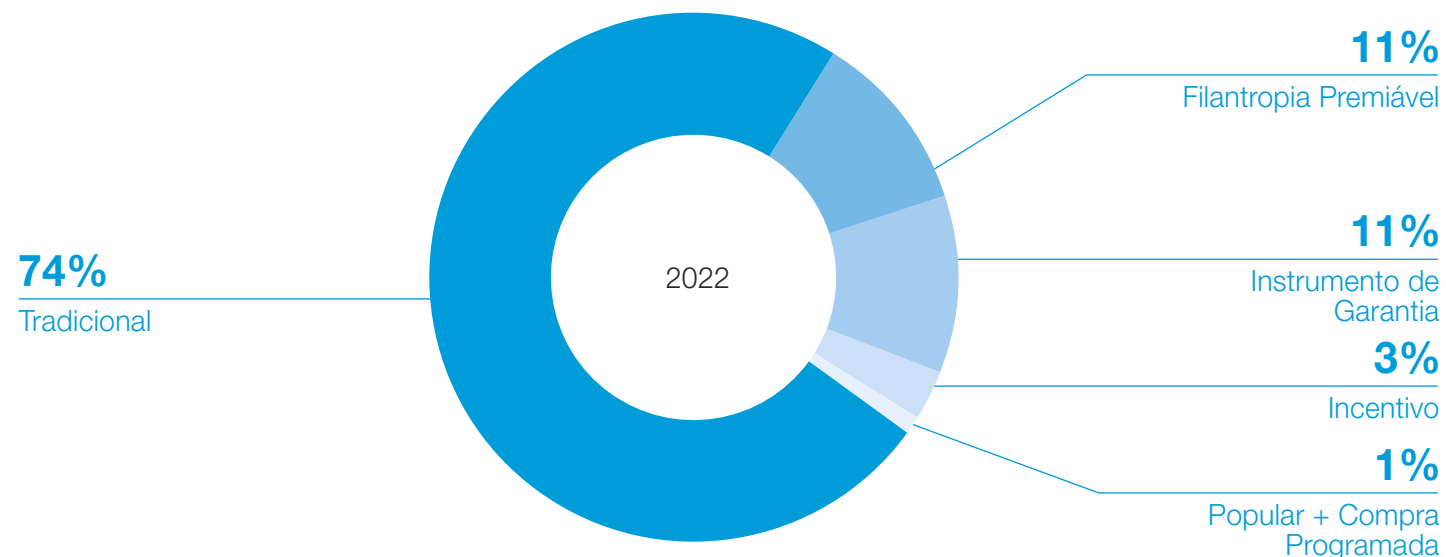
Reservas técnicas totais do setor (R\$ bilhões)



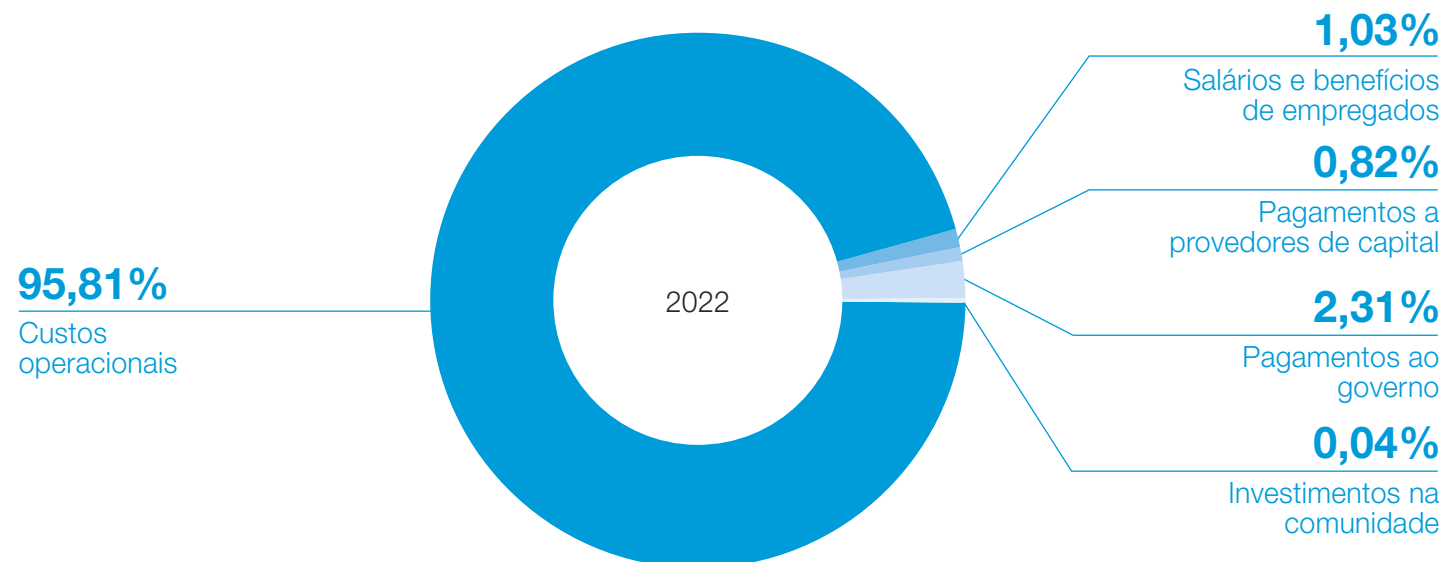
Reservas Brasilcap x total do mercado (%)



Receita total do setor,
por modalidade de
título (%)



Valor econômico
distribuído pela
Brasilcap (%)



DESTAQUES DO ANO

R\$ 4,07 bilhões

valor injetado pela Brasilcap na
economia brasileira em 2022
(em resgates finais e antecipados)

GRI 203-2

R\$ 56,8 milhões

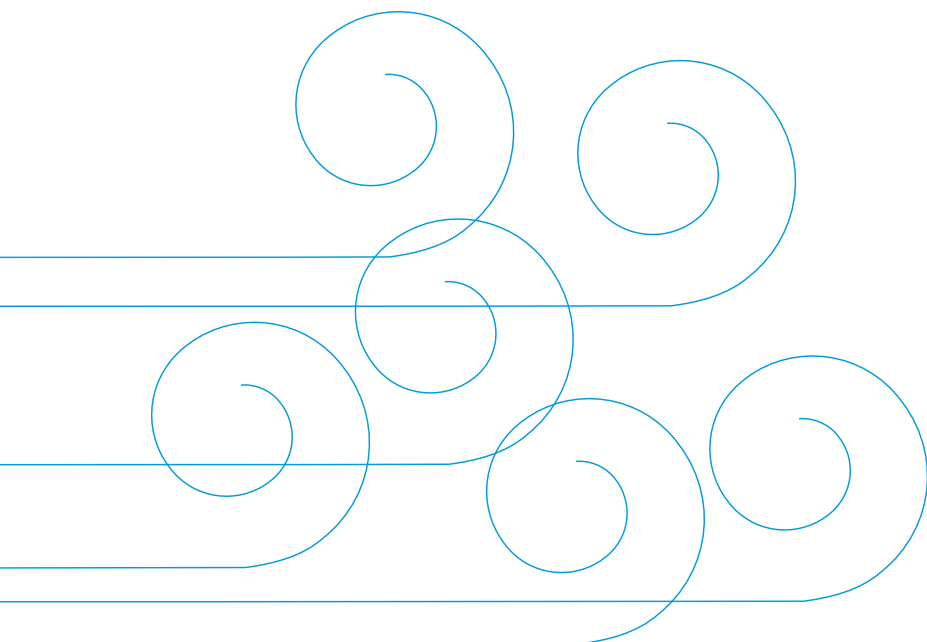
pagos em sorteios

R\$ 346,2 milhões

resultado operacional
da Brasilcap em 2022

R\$ 6,99 bilhões

valor econômico distribuído
pela Companhia em 2022 GRI 201-1



“A Brasilcap reconquista a liderança do mercado de capitalização – em reservas técnicas – entregando valor para os nossos clientes, vendas sustentáveis e crescentes, com um time preparado e comprometido com o propósito de transformar a vida das pessoas.”

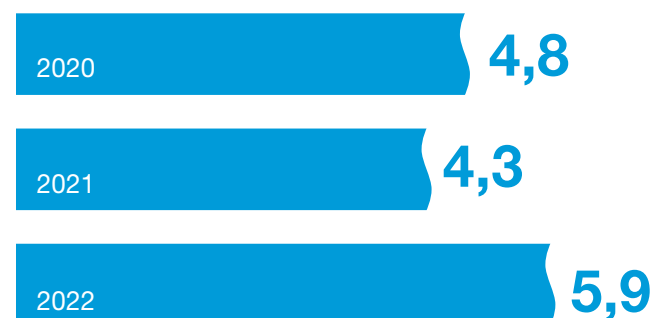
Euber Faria

Superintendente Executivo
de Novos Negócios

Reservas técnicas Brasilcap (R\$ bilhões)



Faturamento Brasilcap (R\$ bilhões)



Ativos totais Brasilcap (R\$ bilhões)



O balanço administrativo e financeiro completo da Brasilcap referente ao ano de 2022 pode ser acessado em <https://www.brasilcap.com.br/brasilcap/brasilcap/numeros/numeros.html>.

Gestão financeira

A Brasilcap iniciou 2022 focada em reforçar sua presença nos canais de venda do Banco do Brasil e na busca de parcerias externas para a criação e comercialização de novos produtos (“mar aberto”). Ambos os objetivos foram alcançados. Nos canais BB, o faturamento cresceu 43,7% em comparação a 2021.

A linha Ourocap, da modalidade Tradicional, continuou a liderar as receitas da Companhia. Complementarmente, foram elaboradas mais de 35 propostas para a distribuição comercial de produtos nas modalidades Filantropia Premiável, Popular e Instrumento de Garantia.

Um total de 12 novas parcerias foi firmado no “mar aberto”, proporcionando maior capilaridade e alcance para os produtos Brasilcap. Dois novos produtos (Estação Cap e Sorte Saúde) da modalidade Filantropia Premiável foram lançados (leia mais em *Portfólio e clientes*).

A gestão dos ativos financeiros buscou estratégias inovadoras diante de um cenário de juros altos, crescimento econômico global em queda e inflação alta. A reconfiguração da carteira de investimentos realizada em 2021 permitiu a captura de melhores oportunidades no mercado financeiro; a volatilidade criou espaço para uma série de operações que contribuíram para a composição do resultado da Companhia.

A área de Investimentos realizou, diariamente, reuniões de acompanhamento do mercado financeiro e das notícias acerca de atualizações políticas e macroeconômicas do Brasil e das principais regiões do mundo, com o objetivo de gerir a carteira de investimentos de maneira proativa, sempre em conformidade com a legislação atual e com as diretrizes da Política de Liquidez e Investimentos (PLI).

Para rastrear a eficácia das medidas é feito um acompanhamento diário da rentabilidade da carteira de investimentos e acompanhamento mensal do resultado financeiro da Companhia. O progresso é avaliado com indicadores de solvência, cobertura das reservas, rentabilidade mensal e diária e *spread* da rentabilidade.

Na aquisição de bens e serviços, foi possível obter uma economia aproximada de R\$ 3,2 milhões com processos mais eficientes.

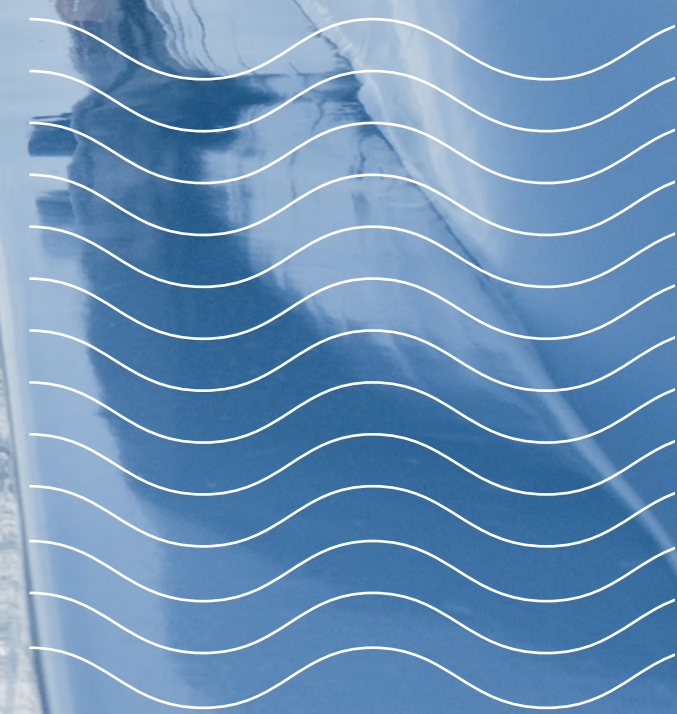
De acordo com o Planejamento Estratégico, em 2023 a Brasilcap continuará a prospectar novos meios digitais de pagamentos e recebimentos. Outras prioridades incluem a implementação de um Sistema de Registro de Operações (SRO) já adequado às mudanças na regulamentação contábil em vigor a partir de 2024. Um sistema terceirizado para a análise de fornecedores permitirá aprimorar a gestão de compras.



Os principais objetivos financeiros foram atingidos

PORTFÓLIO E CLIENTES

motores a
plena força



PORTFÓLIO E CLIENTES

Motores a plena força

GRI 2-6

Como a Brasilcap focou no objetivo de encantar o cliente e investiu em novas parcerias para multiplicar as ofertas no “mar aberto”

A Brasilcap conta com um portfólio diversificado e versátil de produtos de capitalização. Além da linha Ourocap – uma das mais conhecidas marcas do mercado, comercializada pelos canais do Banco do Brasil – a Companhia oferece títulos nas modalidades Incentivo, Instrumento de Garantia, Popular e Filantropia Premiável.

Em 2022, a empresa buscou acelerar a diversificação do portfólio e das novas parcerias para oferta de produtos no “mar aberto”, além de aprimorar a experiência dos clientes por meio de renovadas estratégias de comunicação e da multiplicação de canais de relacionamento, principalmente nos meios digitais.

Portfólio 2022

As grandes novidades no portfólio em 2022 foram os lançamentos do Estação Cap e do Sorte Saúde, ambos títulos da modalidade Filantropia Premiável, e do Sortudin, primeiro produto Popular da Brasilcap desde o Postal Cap, que deixou de ser comercializado em 2021.

Produtos comercializados no “mar aberto”

Título	Modalidade	Canais de venda
Cap Fiador	Instrumento de Garantia	Parceria com corretoras de seguros especializadas
Doadin	Filantropia Premiável	Pelo <i>site</i> de venda direta (clique aqui) e em parceria com o Coban Mais Digital
Estação Cap	Filantropia Premiável	No <i>site</i> de venda direta e pelo aplicativo do parceiro comercial
Promocap	Incentivo	Comercializado pela Brasilcap
Sorte Saúde	Filantropia Premiável	Pelo <i>site</i> de venda direta (clique aqui)
Sortudin	Popular	Vendido nas lojas parceiras da Rede Mais Você

Produtos comercializados nos canais BB

Título	Modalidade	Canais de venda
Ourocap	Tradicional	Canais Banco do Brasil (gerenciador financeiro BB, internet <i>banking</i> , app BB, caixas eletrônicos ou agências físicas)
Ourocap Negócios		



Renovação do portfólio “mar aberto” em 2022

A Brasilcap apresentou três novos produtos em 2022, formatados e comercializados em parcerias com outras empresas fora do balcão BB. As novidades concretizaram a diretriz estratégica de ampliar a oferta de produtos em conjunto com outras companhias, como instituições bancárias, seguradoras, cooperativas de crédito e financeiras.

Sortudin

Parceria com a Rede Mais Você (correspondente bancário do Banco do Brasil), o título da modalidade Popular foi lançado em junho. Ao pagar R\$ 10, o cliente concorre a dez premiações de R\$ 10 mil e duas especiais de R\$ 100 mil. Há ainda 10 mil sorteios instantâneos que acontecem no momento da compra e podem retornar o valor do título.

Sorte Saúde

Em abril chegou ao mercado o título que reverte parte de sua arrecadação para o Hospital de Base de São José do Rio Preto (SP). O produto é comercializado de forma exclusivamente digital, no *site* e no *app* Sorte Saúde, disponível para os sistemas iOS e Android. O parceiro no produto é a empresa Medbi, do grupo Segurali, presente em mais de 100 municípios no estado de São Paulo.

Estação Cap

Em agosto, foi comercializado o novo título da modalidade Filantropia Premiável. Vendido por meio do *site*, o título custava R\$ 20 e ofereceu a chance de concorrer a sorteios de até R\$ 100 mil. Os clientes puderam contribuir com a Casa Ronald McDonald por meio da cessão dos direitos de resgate do título.

Em 2023, a estratégia de portfólio seguirá buscando expandir as operações no “mar aberto”, consolidando os produtos de Instrumento de Garantia já existentes e buscando outras frentes de atuação.

Os produtos das modalidades Popular e Filantropia Premiável terão sua rede de distribuição reforçada, com ações comerciais e de *marketing*. Tanto no “mar aberto” quanto nos canais BB e nas coligadas, haverá também mais iniciativas voltadas ao crescimento do Promocap.

Desenvolvimento de títulos com apelo socioambiental

GRI 3-3 Design de produto socioambiental

As áreas de Risco, Sustentabilidade, Controles Internos, Jurídico e demais gerências intervenientes avaliam o processo de criação de novos produtos e sinalizam possíveis impactos e riscos. Os riscos identificados são reavaliados periodicamente; em 2022, não foram observados impactos negativos relativos aos produtos com apelo socioambiental.

O monitoramento da venda dos títulos é feito pela área de Portfólio. Os indicadores auxiliam na compreensão do comportamento dos produtos de Filantropia Premiável dentro do portfólio, subsidiando iniciativas para alavancar as vendas e desenvolver novos produtos.

Outros produtos “mar aberto”

Cap Fiador

O título de capitalização (modalidade Instrumento de Garantia) serve como garantia de locação para imóveis residenciais e comerciais. Ao dispensar a figura do fiador, oferece praticidade para o cliente, que ainda concorre a prêmios em dinheiro, e mais confiabilidade para o locatário, com a solidez da Brasilcap.

O Cap Fiador registrou crescimento expressivo (26,7%) nas vendas em 2022, com faturamento recorde. A rede comercial foi expandida, atingindo 142 parceiros comerciais e 7.800 imobiliárias em todo o país. Foram realizadas 190 capacitações. Mais de 400 pessoas passaram pelos treinamentos, entre corretores de seguros e atendentes de imobiliárias.

Em novembro, foi lançada a nova campanha de comunicação do Cap Fiador, com novas peças de divulgação e nova *landing page*, assim como distribuição para os principais parceiros dos novos materiais (cartaz, móbil, panfleto e porta-panfleto), e o impulsionamento nas redes sociais da Brasilcap.

Doadin

Primeiro produto 100% digital da Brasilcap, o Doadin é um título de Filantropia Premiável comercializado diretamente pelo *site* ou por intermédio dos parceiros Coban Mais Digital. A contribuição é única (de R\$ 25, R\$ 50 ou R\$ 100) e o comprador concorre a prêmios instantâneos e a sorteios mensais de até R\$ 25 mil.

Os valores de resgate podem ser cedidos à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD) e, desde 2022, a Fundação BB passou a ser mais uma beneficiada pelo produto.

Promocap

O Promocap oferece a pessoas jurídicas a comodidade de usar títulos de capitalização para realizar ações promocionais. As empresas adquirem séries de títulos e repassam a seus clientes o direito de participar dos sorteios. A Brasilcap não apenas assume os pagamentos dos prêmios, mas também cuida dos aspectos legais e operacionais da promoção.

O desempenho do Promocap é potencializado por campanhas como o Natal Millionário Consórcio BB, realizada entre novembro e dezembro de 2021 e cujos resultados foram divulgados em fevereiro de 2022. Cerca de 186 mil títulos foram distribuídos a 76,4 mil clientes do Consórcio BB, responsáveis pela contratação de mais de 96 mil cotas – um total de R\$ 4 bilhões em negócios.

Ourocap / Ourocap Negócios

Principal linha de produtos da Brasilcap, o Ourocap respondeu por cerca de 93% do faturamento da Companhia em 2022. Oferecido exclusivamente para clientes do Banco do Brasil, o Ourocap pode ser adquirido em parcelas mensais (vigência de 36/48/60), Pagamento Único (vigência de 24/36/48 meses) ou em Pagamento Periódico (pagamentos com vigência de 36 meses). Os clientes concorrem a sorteios de até R\$ 25 milhões.

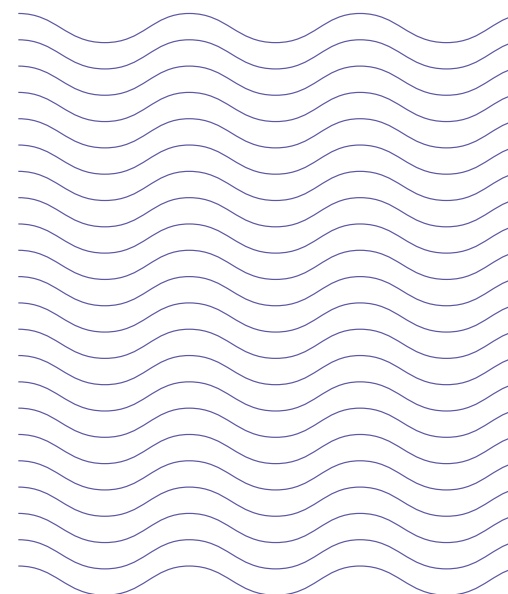
Já o Ourocap Negócios, disponível em Pagamento Mensal em 12, 24, 48 e 60 meses ou em Pagamento Periódico (PP36), é voltado a pessoas jurídicas e distribui prêmios de até R\$ 3,5 milhões. A grande inovação na linha em 2022 foi a possibilidade de utilizar qualquer título do Ourocap Negócios como garantia em operações de crédito de capital de giro – agregando mais valor e versatilidade ao produto.

O desempenho do Ourocap em 2022 superou as expectativas. Foram comercializados mais de 1,5 milhão de títulos por meio dos canais do Banco do Brasil, somando uma base ativa de cerca de 2 milhões de clientes. Um total de R\$ 38 milhões foi pago em prêmios, contemplando mais de 18 mil títulos.

Novas campanhas comerciais contribuíram para os resultados excelentes do Ourocap

Os resultados se deveram à intensificação das campanhas comerciais e ao maior engajamento com a força de vendas do BB. O esforço incluiu interações frequentes, capacitações presenciais e *online* e envio de *cards* e vídeos com dicas de públicos e argumentações. No decorrer do ano, foram 273 treinamentos, ministrados para mais de 23 mil funcionários do Banco.

Adicionalmente, campanhas de incentivo à força de vendas dos correspondentes bancários distribuíram prêmios aos gerentes de Relacionamento que obtiveram os melhores desempenhos.



PROMOÇÃO DA INCLUSÃO FINANCEIRA E BANCÁRIA

GRI 2-23, FS13

A Brasilcap participa do esforço do Grupo BB para ampliar o acesso da população brasileira a serviços bancários e a produtos de capitalização. O principal canal de vendas da Companhia é a rede própria do Banco do Brasil, que conta com 11.064 pontos no território nacional. Considerando a rede compartilhada e os correspondentes bancários, o total alcança 55.805 pontos. O Banco do Brasil não se limita ao papel de agente tradicional de crédito, mas atua como catalisador de ações, fomentando, articulando e mobilizando agentes econômicos, políticos e sociais, bem como procura fortalecer o associativismo e o cooperativismo, a agricultura familiar e os mini e pequenos empreendedores.

Clientes

GRI 3-3: Relacionamento e satisfação de clientes

Mesmo diante dos desafios de 2022, a Brasilcap manteve-se firme e engajada na diretriz estratégica de “Encantar nossos Clientes”. Tal empenho gerou resultados importantes, como o crescimento de 21,7% na base de clientes ativos detentores de títulos Ourocap – com destaque para a atuação dos canais do Banco do Brasil.

Para além do crescimento da base de clientes, as estratégias e o posicionamento de conquista, retenção e relacionamento impulsionaram a mensagem que a Brasilcap passa a seus clientes. Prosseguiu o aperfeiçoamento contínuo das ações na régua de relacionamento, refletido no atingimento das metas do Net Promoter Score (NPS), bem como na melhoria dos indicadores de satisfação e recompra.

A realização das pesquisas qualitativas, de profundidade e das reuniões do Conselho de Clientes foram fundamentais para ampliar o conhecimento das expectativas e do comportamento dos consumidores. Essas ações trouxeram melhor entendimento das perspectivas dos clientes sobre os produtos, motivando ações corretivas e evolutivas na régua de relacionamento e nos processos, como a redução de prazos de pagamentos.

As pesquisas indicaram que, no momento do resgate antecipado dos títulos, é comum a utilização dos recursos financeiros para realizações pessoais dos clientes – algo diretamente ligado à proposta de valor da Brasilcap. Os resgates também podem ser usados para encerrar problemas financeiros, liquidação de dívidas e até resolução de questões de saúde. Isso demonstra a relevância e o impacto socioeconômico dos produtos.

Outras promoções proporcionaram experiências diferenciadas. A Brasilcap presenteou alguns clientes Ourocap com convites para assistirem à peça *Duetos*, patrocinada pela Companhia, e com descontos na compra de ingressos para as finais da Liga Mundial de Skate de Rua, no Rio de Janeiro.

As campanhas e eventos de divulgação do portfólio se multiplicaram, buscando linguagens e canais de comunicação inovadores. Um exemplo foi a Semana do Cliente, em setembro, voltada aos títulos Ourocap. A cada R\$ 3 mil em títulos adquiridos, os participantes recebiam *vouchers* (no valor de R\$ 50) que poderiam ser trocados em lojas de departamentos e restaurantes.



Premiações pela experiência do cliente

Todo o esforço na comunicação e no atendimento foi reconhecido com a vitória da Brasilcap no Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, na categoria Previdência e Capitalização.

Concedida pela revista *Consumidor Moderno*, a premiação homenageia empresas comprometidas com um atendimento de excelência. Foi a terceira vitória consecutiva da Brasilcap

no prêmio, tendo a Companhia vencido em sua categoria em 2020 e 2021.

Outro tricampeonato conquistado em 2022 foi o Prêmio Conarec, promovido pelo Congresso Nacional das Relações Empresa-Cliente (Conarec). A Brasilcap foi eleita a empresa que proporciona a melhor experiência a seus usuários no segmento Seguros – Ramos Gerais, Previdência e Capitalização.



“O Prêmio do Congresso Nacional de Relacionamento com o Cliente é um importante símbolo da nossa preocupação com nossos clientes e das nossas relações com os fornecedores e da gestão do contrato dos serviços ao cliente. Ser avaliado de forma independente e saber que fomos reconhecidos pela nossa proximidade e cuidado com a qualidade, é algo que nos deixa muito felizes e certos do rumo que nosso trabalho precisa manter.”

Cláudia Ferro

Gerente de Equipe de Relacionamento com Cliente



“O Prêmio Conarec é importantíssimo, pois reconhece empresas em diversos segmentos do mercado que realmente se dedicam a excelência do atendimento e respeito ao consumidor e cliente. Além disso, precisamos comentar que ganhamos por três anos consecutivos. E quando vemos a pesquisa de satisfação do cliente com o atendimento no SAC, o resultado se confirma! Por isso, temos a responsabilidade de melhorar ainda mais a experiência e aumentar a satisfação!”

Antonio Mourão

Analista Sênior de Experiência do Cliente

O foco na digitalização de produtos e serviços, o que incluiu o emprego de tecnologia de captura de documentos via reconhecimento ótico de caracteres (OCR, na sigla em inglês), bem como da automação de processos, se estendeu ao relacionamento com os clientes.

Em razão da evolução da ferramenta de *customer relationship management* (CRM), foi possível elevar o uso de inteligência de dados para conhecer melhor o comportamento do cliente, mapear a jornada de experiência e evoluir no atendimento, visando sempre propor melhores soluções e ofertas ao público.

Satisfação do cliente

A Brasilcap utiliza a metodologia Net Promoter Score (NPS) para aferir o grau de satisfação dos clientes com os serviços e atendimentos prestados. Em linha com os resultados dos últimos anos, foi constatado um índice de mais de 80% de clientes satisfeitos¹, culminando no resultado positivo das metas de NPS esperado para 2022.

Em 2022, a metodologia contou com a implementação de um processo chamado *close the loop* (CTL), por meio do qual a Brasilcap dá um retorno aos clientes que realizaram as avaliações NPS, tratando e esclarecendo dúvidas.

¹: 80% dos clientes satisfeitos atribuíram notas 8, 9 ou 10 para o atendimento.

Esse “fechamento” estreita a relação entre o consumidor e a Companhia e permite aperfeiçoamentos nos produtos e serviços, a partir dos dados coletados. Refletindo a alta relevância do processo, a Brasilcap criou uma estrutura gerencial dedicada a seu desenvolvimento.

No atendimento telefônico *online* (SAC), foram superadas as metas de atender 90% das ligações em até 60 segundos, com realizado de 94%, e de tratar 90% das solicitações dos clientes em até três dias (resultado recorde: 97%).

Competitividade diante de novos entrantes

GRI 3-3: Competitividade diante de novos entrantes

A Brasilcap mensalmente analisa os dados oficiais da Susep a fim de acompanhar a evolução e movimentos do mercado de capitalização e dos concorrentes, subsidiando às áreas de negócios na tomada de decisão por meio de análises de tendências e acontecimentos pontuais da série histórica.

Além disso, monitoramos ostensivamente as ações realizadas pelos concorrentes e as movimentações do mercado. As ações são avaliadas de acordo com sua relevância e, quando possível, contextualizadas com relação à Brasilcap.

Tais ações mantiveram a Companhia engajada e com poder de resposta muito mais ágil para possíveis ameaças.

Campanhas e ações de comunicação

O ano foi marcado por campanhas publicitárias inovadoras, que buscaram ressaltar a oferta de valor e as vantagens únicas do portfólio.

Confira os principais destaques:

Passinho do Sortudin

Anunciado como “a maior novidade do ano”, o novo título da modalidade Popular ganhou uma campanha bem afinada com seu público-alvo (classes C, D e E). Concebida para viralizar o lançamento do Sortudin nas redes sociais, a ação usou a pisadinha – ritmo dançante derivado do forró eletrônico – em postagens para plataformas como o TikTok e o Instagram.

A campanha também engloba uma *landing page*: passinhodosortudin.com.br. Com uma linguagem fácil e uma identidade visual popular e criativa, a página traz todas as informações sobre o produto, onde comprá-lo e o vídeo do passinho.

Campanha Cap Fiador

Focada em canais digitais e plataformas de mídia social, a campanha 2022 do Cap Fiador destacou as vantagens do produto (para locatários e inquilinos) sobre os processos convencionais de aluguel com fiador. Além das postagens nas redes, a ação contou uma *landing page* com a relação das corretoras que comercializam o produto.

Parcerias Doadin

O programa de pontos Livelu colaborou na divulgação do Doadin em 2022. *Banners* no *site* direcionavam os usuários para o *site* comercial do título, cujos valores de resgate podem ser doados à Fundação BB. Outra ação específica para o produto foi feita na [Loja BB](#), que exibiu *banners* promocionais do Doadin.

Seu Eu do Futuro e sorteio

especial Ourocap

A campanha Seu Eu do Futuro, baseada no mote “Seu eu do futuro vai agradecer o dinheiro que você está guardando hoje”, foi veiculada em dezembro de 2022. A iniciativa deu visibilidade ao sorteio especial do Ourocap, o maior do ano na capitalização brasileira, no qual os participantes concorreram a prêmios que poderiam alcançar os R\$ 25 milhões.

Veiculada em programas de TV, nas agências BB e nas mídias digitais, a campanha usou como mote os principais planos e sonhos dos clientes, como viagens, reforma da casa e curso universitário, e atingiu um público estimado em 4 milhões de pessoas.

Em destaque no Prêmio

Colunistas 2021-22

A Brasilcap foi uma das marcas laureadas na edição 2021-22 do Prêmio Colunistas, mais tradicional premiação do segmento publicitário brasileiro. O filme da campanha “Bufunfa”, do sorteio especial de 2021 do Ourocap, veiculado durante o mês de dezembro do mesmo ano na televisão e na internet, recebeu a medalha de bronze na categoria Serviços Financeiros e Seguros.

Foi a primeira vez que a Brasilcap ficou entre as finalistas do Prêmio, organizado pela Associação Brasileira dos Colunistas de Marketing e Propaganda (Abracomp) e entregue em novembro de 2022. O filme pode ser visto [aqui](#).

Canais digitais e redes sociais foram prioridade na comunicação

CULTURA ORGANIZACIONAL

todos a bordo

3

SAÚDE E
BEM-ESTAR

4

EDUCAÇÃO DE
QUALIDADE

5

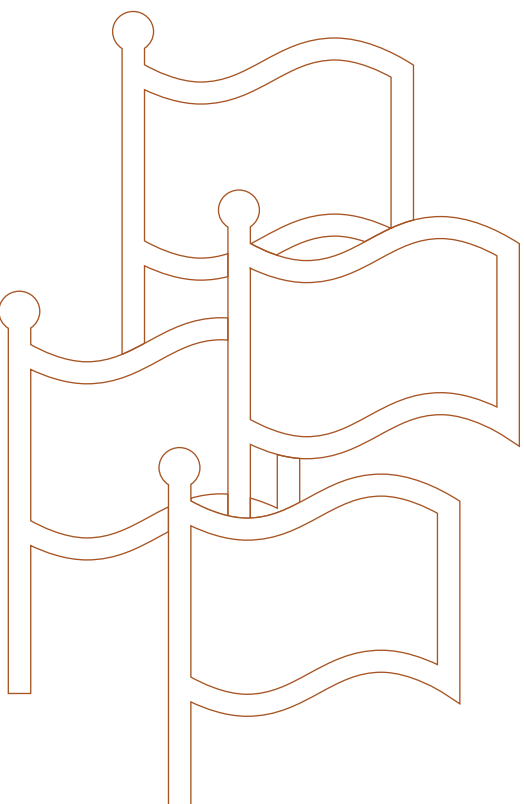
IGUALDADE
DE GÊNERO**Tema material:**

Cultura e ambiente de inovação

CULTURA ORGANIZACIONAL

Marinheiros de primeira classe

GRI 3-3: Engajamento e integração dos funcionários



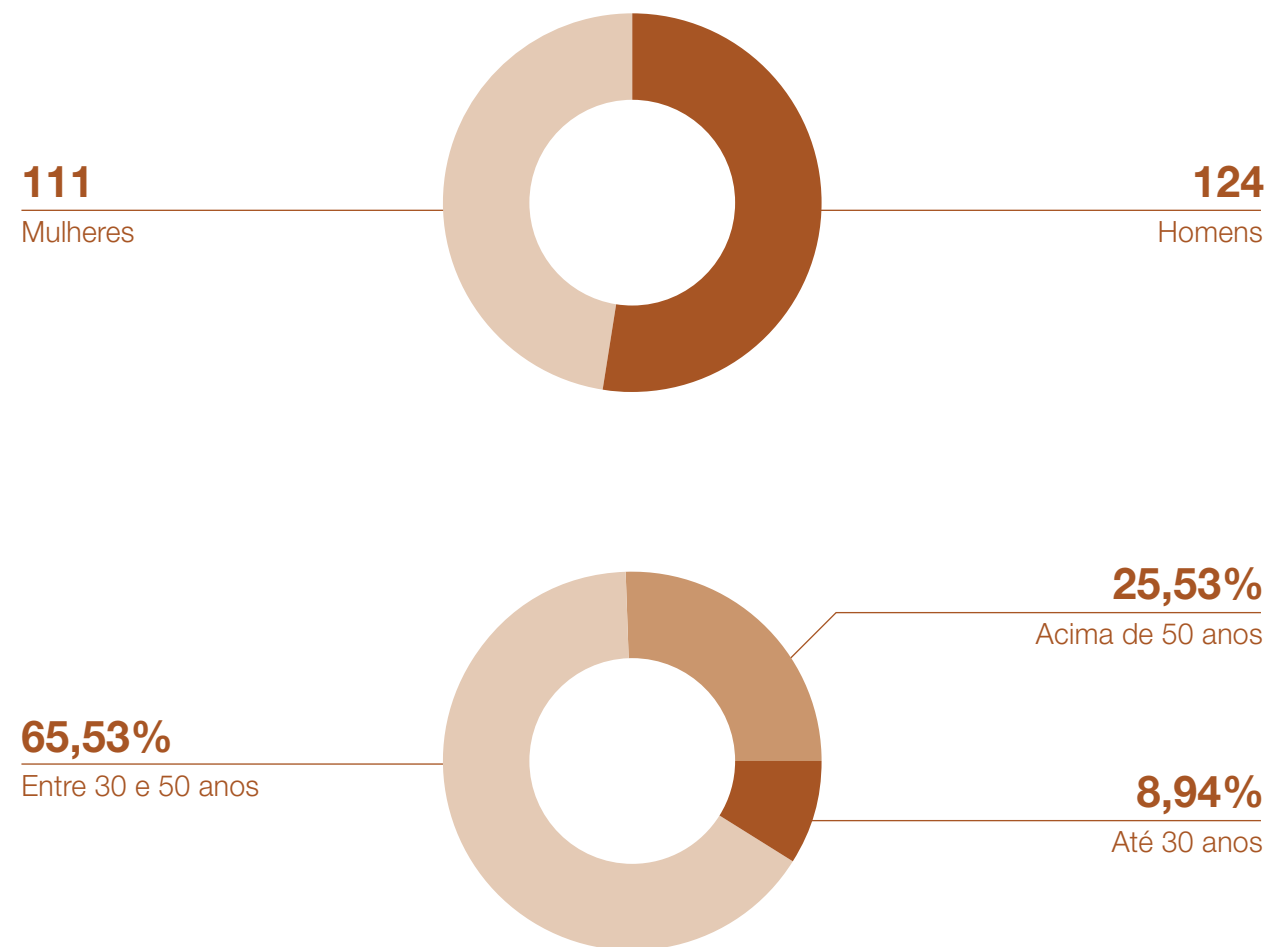
Navegar nas águas do “mar aberto” exige habilidade, conhecimento e pensamento inovador. Saiba mais sobre as pessoas que comandam o leme da Brasilcap

Ao priorizar o desenvolvimento de seus colaboradores, a integração entre os diversos setores da Companhia e o estímulo à diversidade, a Brasilcap promove a melhoria contínua de seu clima organizacional. A gestão do capital humano em 2022 focou na retomada do trabalho presencial (em regime híbrido) e na adaptação à nova sede da empresa, no Rio de Janeiro (RJ).

235 empregados próprios (incluindo diretores estatutários), **5,4% a mais do que em 2021** + 11 estagiários + quatro aprendizes

A força de trabalho da Brasilcap em 2022

Indicadores detalhados sobre o público interno estão disponíveis no *Anexo GRI*.



Avanços na gestão de pessoas

Confira as principais iniciativas de recursos humanos e clima organizacional em 2022:

Mudança para nova sede

Em 14 de março, a Brasilcap inaugurou sua nova sede, no Edifício Ventura, centro do Rio de Janeiro (RJ). Construído especificamente para atender às necessidades da Companhia, o espaço vai facilitar a interação entre colaboradores de diferentes áreas. Inspirado nos modernos esquemas de *coworking*, o *layout* das estações de trabalho não prevê lugares fixos para as pessoas. As salas de reunião foram batizadas com os Valores da Brasilcap.

O Ventura ainda conta com modernos recursos de ecoeficiência, contribuindo para a gestão de impactos ambientais da Brasilcap (leia mais em *Atuação em sustentabilidade*)

O modelo de trabalho híbrido deu mais flexibilidade às equipes

Trabalho híbrido

Com a mudança para a nova sede, foi adotado um modelo de trabalho híbrido, combinando dias de atuação presencial com o *home office*. O retorno ao trabalho presencial, depois de dois anos de pandemia, considerou as condições sanitárias e a saúde de cada pessoa, além das demandas específicas dos setores da Companhia. Adicionalmente, a Brasilcap adotou o *day off* anual: todos os colaboradores podem escolher um dia de folga na semana de seus aniversários.

Os processos de Gestão da Continuidade dos Negócios (GCN) da Brasilcap foram reestruturados. As novas diretrizes para os planos de continuidade e a formulação de normativos sobre o tema já consideram a nova realidade do trabalho híbrido.



Novas políticas de remuneração

Um novo programa de participação nos lucros e resultados (PLR) foi implementado em 2022. A Companhia adotou um modelo com PLR extra (além da PLR normal), de acordo com as métricas e resultados obtidos pela Brasilcap no ano. Prosseguiram também os estudos para a atualização do Plano de Cargos e Salários (PCS).

Planejamento estratégico

Focado na retomada da liderança do mercado de capitalização, o planejamento estratégico de 2022 mereceu acompanhamento de todas as áreas, que participaram de forma integrada do monitoramento dos objetivos e resultados (OKRs) definidos para o ano. Já o planejamento para 2023 foi desenhado no segundo semestre, em uma construção participativa que incluiu palestras com profissionais do mercado e das empresas do Grupo BB, oficinas e reuniões propositivas.

CAPACITAÇÃO EM 2022

16,7 horas
média anual de tempo de treinamento por colaborador

90,6%
percentual de colaboradores que passaram por avaliação de desempenho

Desenvolvimento de pessoas

No âmbito da Política Corporativa de Capital Humano, a Brasilcap define o autodesenvolvimento e o estímulo ao protagonismo e à autonomia como princípios do planejamento de carreira dos colaboradores. Para tanto, a plataforma de educação corporativa da Companhia, a AtivaMente, passa por modernizações constantes. **GRI 404-2**

Em 2022, novos cursos foram incluídos na plataforma, que oferece capacitações *online*. Entre os temas abordados, destacaram-se atualizações de treinamentos obrigatórios e conteúdos voltados ao desenvolvimento pessoal. Trilhas específicas sobre sustentabilidade e gestão de continuidade de negócio também foram construídas.

Adicionalmente, dentro do programa de incentivo à especialização – que distribui subsídios para o aprimoramento acadêmico do público interno, realizado em instituições de ensino externas – houve um número recorde de contemplados em 2022 (12).

O Programa de Desenvolvimento de Líderes, voltado ao aprimoramento dos gestores, teve duas linhas principais em 2022. O ciclo Líder do Futuro ministrou *workshops* e imersões para a formação de líderes, enquanto o programa executivo contemplou pós-graduação e melhores práticas em inovação.

Viva Melhor

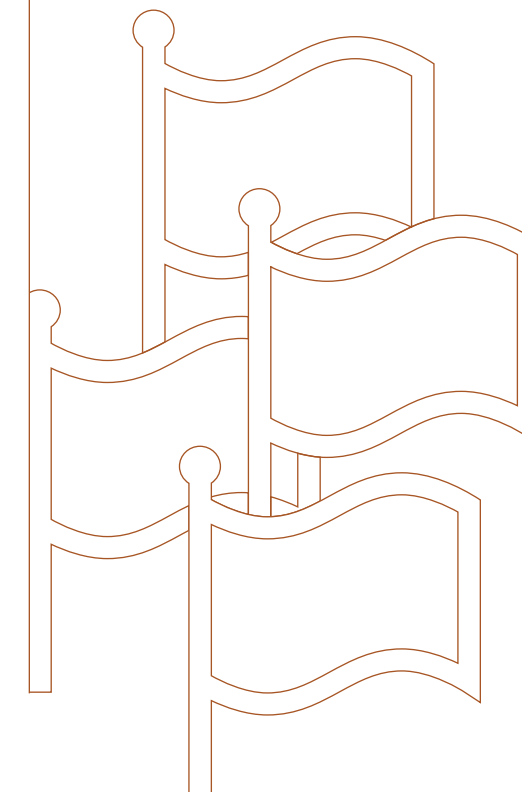
As ações de monitoramento e melhoramento do ambiente de trabalho prosseguiram, com reforço nas iniciativas do Viva Melhor, programa de saúde laboral e qualidade de vida voltado aos colaboradores. Na nova sede, sessões de massagem terapêutica (*shiatsu*) e um espaço dedicado para atividades físicas foram alguns dos destaques do ano. Em novembro, os funcionários ganharam o benefício Total Pass, que oferece descontos em mensalidades em diversas redes de academias.

Pesquisas de engajamento

A Brasilcap emprega a metodologia eNPS (Employee Net Promoter Score) para aferir a satisfação dos funcionários com sua experiência no ambiente de trabalho e o engajamento na cultura organizacional. Em 2022, a meta estabelecida para a pesquisa foi alcançar nota 55 como satisfação dos colaboradores.

Os resultados das pesquisas eNPS e por categoria 2022 foram apresentados para a Diretoria e compartilhados com executivos e equipes, estimulando análises e identificação de planos de ação específicos. Além disso, foi criado um plano corporativo baseado nos dados levantados, com a divulgação interna dos resultados.

O programa Viva Melhor focou em ações de saúde e de qualidade de vida



Diversidade e inclusão

GRI 3-3: Igualdade, diversidade, inclusão & bem-estar

A diversidade, a inclusão e a oferta de oportunidades a grupos socialmente minoritários também são prioridades da Política Corporativa de Capital Humano.

Em 2022, o tema “Diversidade” passou a ser estimulado como uma prática da Brasilcap juntamente com os Valores: Adaptabilidade, Comprometimento, Excelência e Inovação. As campanhas publicitárias da Companhia passaram a refletir a novidade, intensificando a presença de mulheres, pessoas negras e PCDs.

A presença feminina na Companhia mereceu destaque em diversos momentos do ano. No Dia Internacional da Mulher (8 de março), o público interno foi convidado a refletir sobre a importância delas para a Brasilcap. Já a campanha Outubro Rosa, voltada à prevenção do câncer de mama, contou com o engajamento de toda a Diretoria.

A importância da inclusão de pessoas negras e do combate ao racismo foi ressaltada no Dia Nacional da Consciência Negra (20 de novembro). O jornal *Correio Braziliense* publicou o artigo “Por que as empresas devem efetivar pessoas pretas em cargos de relevância?”, de autoria de Ernandes Macário, analista de Planejamento Corporativo da Brasilcap. O texto pode ser lido em <http://tinyurl.com/BrasilcapDiversidade>.



"Olhar com as lentes do outro é imprescindível em qualquer relacionamento. A Brasilcap vem atuando e priorizando o entendimento das necessidades e anseios dos diferentes perfis de clientes a fim de proporcionar, sempre, a melhor experiência."

Alexandra Guerreiro

Gerente de Clientes e Mercado –
Diversidade – Olhar Cliente



"É gratificante trabalhar em uma empresa que valoriza um ambiente diverso e que tem o compromisso de evitar qualquer tipo de discriminação, promovendo o respeito entre as pessoas e a diversidade."

Aline Moreira

Gerente de Capital Humano



Inovação e transformação digital

GRI 3-3: Cultura e ambiente de inovação, Inovação e aceleração digital

Com a digitalização de processos e a construção de uma cultura de inovação, a Brasilcap busca consolidar sua posição de liderança e adaptar seus produtos e serviços às transformações tecnológicas contemporâneas. Os avanços na área em 2022 foram direcionados à melhoria da competitividade, principalmente na experiência proporcionada a parceiros e clientes (leia mais no capítulo *Portfólio e clientes*).

A meta estabelecida para o tema em 2022, que foi cumprida, previa que 100% dos colaboradores e equipes selecionadas passassem por um mínimo de 15 horas de capacitação em transformação digital.

O projeto corporativo Acelerar a Inovação aplicou metodologias ágeis ao desenvolvimento de produtos, focando na redução do *time to marketing* (tempo necessário para que um produto novo chegue ao mercado). O Sorte Saúde, título de Filantropia Premiável lançado em abril, foi criado com essas premissas, assim como o modelo de negócio de comercialização do Doadin em parceria com o Banco Original.

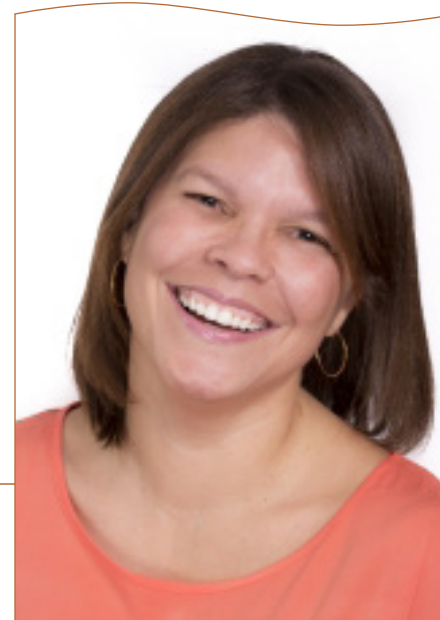
Colaboradores da área de Tecnologia da Informação da Brasilcap participaram de eventos externos sobre transformação digital, promovidos por organizações como a Federação Brasileira de Bancos (Febraban) e o Congresso Nacional das Relações Empresa-Cliente (Conarec).

Internamente, um *workshop* voltado ao mesmo tema foi ministrado por consultores do Ibmec. O evento complementou as capacitações individuais sobre digitalização e inovação, direcionados pelas Gerências Executivas.

Em 2023, os projetos de inovação preveem a inclusão dos produtos da modalidade Garantia (Cap Fiador e Ourocap Garantia) na plataforma Darwin; e a evolução de modelos de negócios já implantados, visando à melhoria da experiência para clientes e parceiros comerciais.

“O projeto Acelerar a Inovação permitiu que acelerássemos negócios com diferentes parceiros comerciais, e movimentou a Companhia para realizar entregas de modelos inovadores por meio de equipes multidisciplinares. Destacamos aqueles da modalidade Filantropia Premiável, cujo objetivo é fazer diferença na sociedade pelas doações de clientes que participam de sorteios, reforçando o compromisso da Brasilcap com a sustentabilidade.”

Fernanda Michelle
Gerente Executiva de Modelos de Negócio



RESULTADOS-CHAVE (KRS) DO PROJETO ACELERAR A INOVAÇÃO

Estabelecido como objetivo estratégico da Brasilcap, o projeto Acelerar a Inovação tinha metas ambiciosas em 2022, todas cumpridas:

Alcançar

130 mil

títulos vendidos nos canais digitais;

Formalizar

6 novas parcerias;

Implantar

3 novos

modelos de negócios digitais;

Alcançar

nota 8

na avaliação do projeto Acelerar a Inovação;

Atender

96%

das demandas dentro do SLA no sistema Darwin;

Suportar

4

modalidades de capitalização no Darwin.

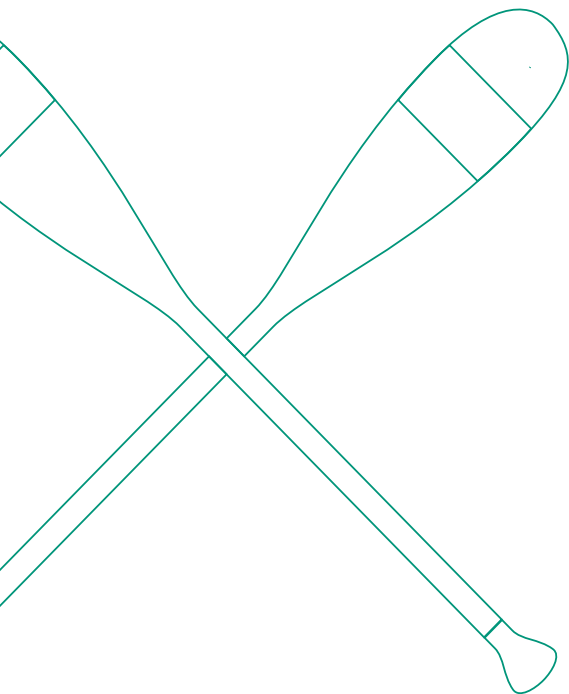
Atuação em sustentabilidade



ATUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE

O que temos pela proa

GRI 2-23, 2-25, FS1, FS4, FS5



A exploração do “mar aberto” também exige atenção ao meio ambiente e às demandas da sociedade. A Brasilcap mergulhou nesses temas em 2022

A conscientização do público interno da Brasilcap sobre os temas ambientais, sociais e de governança (ASG) relativos às atividades da empresa cresceu em 2022 – assim como a estruturação da estratégia e das ações voltadas a esses temas.

Desde 2021, a Companhia se dedica a integrar a gestão ASG ao seu planejamento estratégico. Em 2022, essa integração foi discutida durante a construção do planejamento e contou com um olhar mais aprofundado da equipe de Sustentabilidade. Com o apoio de uma consultoria especializada na gestão do tema, o trabalho permitiu à Brasilcap acertar sua rota e evoluir ainda mais.

A Política de Sustentabilidade foi atualizada à luz das exigências da Circular Susep 666 (leia mais em *Gestão de riscos e controles internos*). A revisão foi discutida internamente em vários níveis e aprovada conforme determinação do órgão regulador.

Política de Sustentabilidade Brasilcap

[Acesse a Política clicando aqui.](#)

Com o Projeto Sustentabilidade Aqui, a Brasilcap busca promover a cultura interna de sustentabilidade. A iniciativa promove encontros com equipes multidisciplinares para discussão dos temas prioritários e reflexões sobre melhorias de processos sob a ótica da sustentabilidade, visando contribuir para que todos enxerguem onde estão seus impactos e o valor que geram para o negócio. Em 2022, o tema abordado foi “Relacionamento com os clientes”. **GRI 2-17**

Os colaboradores e a alta liderança ainda puderam assistir, em novembro, aos encontros da Jornada de Sustentabilidade do Banco do Brasil, que reuniu dirigentes do conglomerado em conversas sobre ASG, riscos ligados à sustentabilidade e as ações de caráter socioambiental realizadas pela Fundação BB. **GRI 2-17**



Evolução nos Indicadores Ethos

A Brasilcap integrou os Indicadores Ethos em seu Ciclo de Planejamento Estratégico em 2022. Criados pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, os Indicadores mensuram a maturidade de uma organização na implementação de modelos de negócio mais sustentáveis, e indicam possíveis pontos de melhoria.

Em 2022, a Companhia estabeleceu a meta de evoluir em 36 (dos 47) Indicadores Ethos, que são respondidos por todas as áreas internas. A nota final foi 6,5, melhor resultado da história da Brasilcap desde que a empresa adotou a metodologia, em 2014.

Um *workshop* realizado em novembro, com a participação do presidente da Brasilcap, Nelson de Sousa, ressaltou a importância do engajamento de todos na coleta dos Indicadores, que são divididos em quatro categorias: Visão e Estratégia, Governança e Gestão, Social e Ambiental.

Comunicação em sustentabilidade premiada

A Brasilcap recebeu reconhecimentos pela transparência e qualidade em suas comunicações de resultados e de gestão de

sustentabilidade. O Relatório Anual 2021 da Companhia, publicado em abril de 2022, conquistou o terceiro lugar no Prêmio Abrasca de Relatório Anual, na categoria Empresas Fechadas. A premiação é concedida pela Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca) para incentivar a publicação de relatórios mais claros e inovadores.

E mais uma vez a Brasilcap foi laureada pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRCRJ) com o Selo Empresa Cidadã. O reconhecimento é dado às organizações sediadas no estado do Rio de Janeiro que se destacam na qualidade das informações contábeis e socioambientais publicadas em seus relatórios.

Produtos com apelo socioambiental

GRI 3-3: Design de produto socioambiental, 203-2, FS8

A capacidade de criar produtos e serviços de impacto socioambiental positivo é estratégica para a Brasilcap, em alinhamento com as demandas dos clientes e do mercado por empresas de capitalização mais conscientes e sustentáveis.

No portfólio da Companhia, os principais destaques nessa linha são os títulos da modalidade Filantropia Premiável, que permitem aos compradores doarem valores a instituições e projetos sociais. Um total de R\$ 37.403.170,25 foi repassado às organizações beneficiadas em 2022.

Em 2022, foram apresentados dois novos produtos de Filantropia Premiável: o Sorte Saúde e o Estação Cap, que se juntaram ao Doadin, lançado em 2021. Leia no capítulo *Portfólio e clientes* mais detalhes sobre os produtos.

"Em 2022 tivemos a oportunidade de trabalhar diversas iniciativas no projeto Acelerar a Inovação, que possibilitou um grande aprendizado e o desenvolvimento de novas funcionalidades. A Filantropia Premiável foi o grande destaque, com a maior quantidade de negócios implantados em 2022, fortalecendo a representatividade da Brasilcap neste mercado."

Aline Fraga

Gerente de Novos Modelos

Doação recorde no *Teleton*

Desde 2015, a Brasilcap participa do *Teleton*, maratona anual de arrecadação de fundos para a AACD promovida pela rede de televisão SBT. Em 2022, a Companhia repassou a maior doação da história – R\$ 5 milhões – ao programa, representada por um “checão” cenográfico entregue ao vivo pelo Diretor Comercial e de Clientes da Brasilcap, Antonio Carlos de Macedo Teixeira Filho. O *Teleton* arrecadou em 2022 um total de R\$ 34 milhões, outro recorde.

O apoio da Brasilcap à AACD contribuiu para viabilizar, desde 2014, mais de 1 milhão de atendimentos em ortopedia e reabilitação, para públicos de todas as idades.



Apoios e patrocínios

GRI 203-2

A Brasilcap patrocinou vários eventos culturais e esportivos em 2022. Confira os destaques:

- > *Encontro do Violão Brasileiro*: show reunindo violonistas consagrados e revelações, apresentado nos Centros Culturais Banco do Brasil (CCBB) do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília e São Paulo.
- > *Céu Estrelado – O Musical*: o espetáculo também foi apresentado nas quatro sedes do CCBB.
- > *Villa Gourmet BB Seguros*: festival de gastronomia e cultura, realizado de julho a outubro em Brasília.
- > *Duetos*: comédia teatral estrelada por Patrícia Travassos e Marcelo Faria, encenada no Rio de Janeiro, Niterói, Curitiba, Belo Horizonte e São Paulo (na foto abaixo, o elenco com o Presidente da Brasilcap, Nelson de Souza).
- > *Corrida Brasília com Saúde*: o evento esportivo para todas as idades foi realizado em setembro, no Distrito Federal.
- > *Craque do Amanhã*: documentário sobre o projeto com foco em esporte e redução de desigualdades, do qual a Brasilcap é parceira desde 2014.

Doações a projetos sociais

GRI 203-1

Além dos patrocínios culturais, a Brasilcap apoiou projetos sociais por meio de leis de incentivo (Lei do Esporte, Fundo para Infância e Adolescência e Lei do Idoso). As iniciativas são selecionadas, considerando critérios estratégicos, inclusive o atendimento aos ODS.

Foram selecionados 12 projetos, que beneficiaram cerca de 160 mil pessoas. Um total de R\$ 1,2 milhão foi doado às seguintes instituições:



Instituição	Projeto	Incentivado por	ODS correlatos
Casa da Criança e do Adolescente (RJ)	Programa Curumim	Fundo para Infância e Adolescência	3, 4, 10, 17
Centro de Desenvolvimento Integral em Lagoa de Itaenga (PE)	Favela Meu Lugar: Envelhecer Bem	Lei do Idoso	1, 2, 3, 7, 10, 11, 16, 17
Centro de Estudo Treinamento Assessoria a Cidadania (RJ)	Craque do Amanhã	Lei de Incentivo ao Esporte	3, 4, 5, 8, 10, 11, 12, 16
	Viva + a Oncogeriatría	Lei do Idoso	3, 4, 10, 12, 15, 17
Funfarme (SP)	Viva + a Oncopediatria	Fundo para Infância e Adolescência	3, 4, 10, 12, 15, 17
	De Olho na Visão - Idosos de Silvânia	Lei do Idoso	3
Fundação Banco de Olhos de Goiás (GO)	De Olho na Visão - Idosos de Silvânia	Lei do Idoso	3
Geração Futuro (PE)	Cidade Sustentável	Fundo para Infância e Adolescência	3, 4, 10, 11, 14, 15, 17
Instituto Futuro Bom (RJ)	Tênis Primeira Classe	Lei de Incentivo ao Esporte	3, 4, 5, 10, 16, 17
	Amparo ao Idoso	Lei do Idoso	
Hospital de Amor de Barretos / Fundação Pio XII (SP)	Projeto Cuidar	Fundo para Infância e Adolescência	3, 4, 10, 17
Hospital Pequeno Príncipe (PR)	Pelo Direito à Vida III	Fundo para Infância e Adolescência	3, 4, 8, 10
Sociedade Hospitalar Angelina Caron (PR)	Melhor Cuidado aos Idosos	Lei do Idoso	3, 4, 10, 16

Os projetos apoiados têm credibilidade na sociedade, divulgam seus resultados de maneira transparente e comprovam seus impactos positivos sobre a infraestrutura e os serviços locais (como por exemplo, a melhoria no funcionamento da estrutura e dos serviços médicos de hospitais apoiados).

O impacto esperado – e monitorado – dos projetos apoiados via Leis de Incentivo é uma forte atuação na redução das desigualdades sociais em todo o país, transformando vidas, criando oportunidades de acesso à saúde e educação, ao esporte e ao lazer e a formas de geração de renda.

Ações de voluntariado

O Programa Brasilcap Solidário mobilizou os funcionários da Companhia em campanhas de doação em 2022. A principal delas foi a Campanha do Agasalho, realizada durante o inverno, e que arrecadou roupas, cobertores e doações em dinheiro destinados ao Instituto da Criança, ONG que conduz projetos em apoio à população de rua no Rio de Janeiro.

Internamente, foi promovida a troca de informações sobre projetos sociais apoiados de forma voluntária pelos colaboradores. Entre as iniciativas divulgadas, destacaram-se os Voluntários do Amor, que ajudam famílias carentes de Brasília com doações de cestas básicas e medicamentos, e a Rede Praticar o Bem, que apadrinhou, na época do Natal, o Grupo Ciranda de Mães de Crianças com Microcefalia (RJ).



Educap

GRI 3-3: Educação financeira e securitária, FS16

Criado em 2018, o Programa de Educação Financeira da Brasilcap (Educap) busca disseminar conhecimentos sobre disciplina financeira, promovendo cursos e capacitações e apoiando iniciativas sociais sobre a temática.

Por meio do [blog Zero Perrengue](#), a Brasilcap também divulga dicas de disciplina e educação financeira, além de mostrar como os produtos de capitalização podem contribuir na formação de reservas.

Diante dos desafios apresentados no mercado e de novos negócios da modalidade de Filantropia Premiável, que exigiram uma atenção maior na mitigação de riscos dos processos socioambientais, atividades externas do Educap foram suspensas e serão retomadas em 2023. A plataforma de educação corporativa AtivaMente, disponível ao público interno, oferece conteúdos sobre educação e disciplina nas finanças.

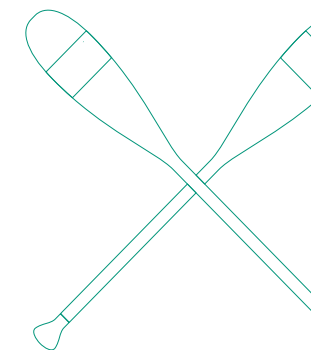
“Além de apresentar o desempenho e os resultados do ano que passou, o Relatório Anual de Sustentabilidade também assinala a maturidade da cultura da sustentabilidade corporativa da Brasilcap. Nossos colaboradores vêm passando por uma imersão nas temáticas de sustentabilidade e questões ASG, em uma jornada para construir uma Companhia cada vez mais responsável, resiliente, perene e sustentável. Todos nós somos responsáveis por essa transformação.

Ao assumirmos a diversidade como valor, que foi a grande mudança na revisão do planejamento estratégico anual, e termos nossos talentos como prioridade, direcionamos esforços relevantes para nos tornarmos cada dia efetivamente melhores.

Estamos, então, nos tornando cada vez mais vibrantes com as ações dos nossos colaboradores e grandes iniciativas corporativas da Brasilcap. Essa transformação faz parte de uma nova cultura que coloca pessoas em primeiro lugar, sem nunca perder de vista os resultados sustentáveis construídos por todos.”

Wallace Behrend Harchbart

Gerente Executivo de Comunicação e Sustentabilidade



Gestão ambiental

A nova sede da Brasilcap está instalada no Edifício Ventura, empreendimento no Rio de Janeiro (RJ) da categoria *Triple A*, indicando que sua construção conta com alta eficiência tecnológica e ambiental. O prédio também tem a certificação internacional LEED Gold, que atesta o emprego das melhores práticas em economia de água, qualidade ambiental interna e otimização do desempenho energético.

O Ventura oferece recursos para o uso racional de água e de energia elétrica, descarte correto e reciclagem de resíduos e fachadas com vidros especiais, que maximizam a iluminação natural e reduzem gastos com ar-condicionado e iluminação. São quesitos que contribuem para a redução dos impactos ambientais da Brasilcap.



A nova sede permitiu reduzir ainda mais os impactos ambientais da Companhia

Em 2022, a Companhia retomou a elaboração e divulgação de seu inventário de emissões de gases do efeito estufa (GEE), contabilizando as emissões relativas a suas atividades (derivadas do consumo de energia, viagens de trabalho e outras fontes) nos anos de 2020 e 2021.

A Brasilcap também investiu em processos de compensação de emissões. O primeiro passo foi dado com a contratação de uma consultoria especializada no mercado de crédito de carbono. A partir do cálculo de emissões de 2020 e 2021, a Companhia optou por investir no The Envira Amazon Project, fundo de compensação ambiental, certificado internacionalmente, voltado ao combate do desmatamento na Floresta Amazônica.

Gestão de fornecedores

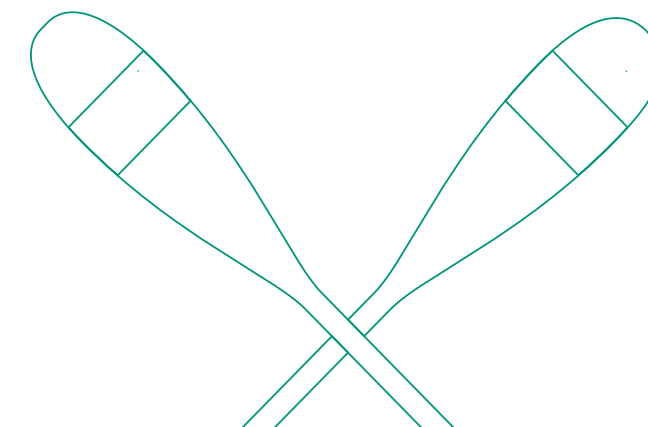
A Brasilcap aplica critérios ambientais, sociais e de governança no cadastramento, gestão e avaliação de fornecedores de bens e serviços. De acordo com a Norma de Aquisição de Bens, Contratação de Serviços e Celebração de Contratos, os processos de contratação devem estar em conformidade com o Código de Ética e com a Política Anticorrupção da Companhia. Esses padrões e critérios foram mantidos em 2022.

O Guia Verde para Contratações Sustentáveis, documento que resume as práticas e normas a serem respeitadas nos processos de fornecedores, foi atualizado em 2022. De conhecimento obrigatório para todos os colaboradores, o Guia Verde busca minimizar os riscos de impactos ASG sobre a imagem e o valor da marca Brasilcap.

Para garantir que os fornecedores estejam em conformidade com os padrões institucionais e legais, em cada contratação, um colaborador nomeado atua como responsável pelo acompanhamento das atividades contratadas.

Todos os contratos com fornecedores possuem cláusulas que remetem à regularidade tributária, previdenciária e trabalhista. Um total de 215 empresas foi submetido a essa avaliação em 2022, durante os processos de verificação prévia à contratação. **GRI 414-1**

Em 2022, um total de 154 parceiros de negócios (100% dos parceiros aplicáveis) foi comunicado acerca das políticas e procedimentos anticorrupção da Brasilcap e das normas do Código de Ética da Companhia. **GRI 205-2**



Anexo

GRI



Anexo GRI

Funcionários GRI 2-7

Empregados por gênero e por região

Região	2020 ¹			2021 ²			2022 ³		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Rio de Janeiro	122	102	224	118	105	223	124	111	235
Total	122	102	224	118	105	223	124	111	235

1: mais cinco estagiários e quatro jovens aprendizes.

2: mais 11 estagiários e três jovens aprendizes.

3: mais 11 estagiários e quatro jovens aprendizes.

Empregados por tipo de contrato de trabalho e gênero

Tipo de contrato	2020			2021			2022		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Permanente	117	98	215	118	105	223	124	111	235
Temporário	5	4	9	8	6	14	0	0	0
Total	122	102	224	126	111	237	124	111	235

Empregados por tipo de contrato de trabalho e região

Região	2020			2021			2022		
	Permanente	Temporário	Total	Permanente	Temporário	Total	Permanente	Temporário	Total
Rio de Janeiro	215	9	224	223	14	237	235	0	235
Total	215	9	224	223	14	237	235	0	235

Empregados por tipo de emprego, por gênero

Tipo de emprego	2020			2021			2022		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	117	98	215	118	105	223	124	111	235
Jornada parcial	5	4	9	8	6	14	0	0	0
Total	122	102	224	126	111	237	124	111	235

Empregados por tipo de emprego, por região

Tipo de emprego	2020			2021			2022		
	Jornada integral	Jornada parcial	Total	Jornada integral	Jornada parcial	Total	Jornada integral	Jornada parcial	Total
Rio de Janeiro	215	9	224	223	14	237	235	0	235
Total	215	9	224	223	14	237	235	0	235

Trabalhadores que não são funcionários GRI 2-8

Trabalhadores por categoria funcional e gênero

	2022		
	Homens	Mulheres	Total
Aprendizes	4	0	4
Estagiários	6	5	11
Temporários	0	0	0
Total	10	5	15

Proporção entre o salário mais baixo e salário-mínimo local, com discriminação por gênero GRI 202-1

Variação entre o salário mais baixo e salário-mínimo, por gênero

Unidade operacional ¹	2022	
	Homens	Mulheres
Menor salário pago pela organização	1.430	1.430
Salário-mínimo determinado por legislação ou sindicato	1.430	1.430
Relação percentual	120,98	125,10

1: Nenhum trabalhador CLT da Brasilcap recebe o valor mínimo estabelecido na CLT; todos recebem acima.

Novas contratações e rotatividade de empregados GRI 401-1

Número total de empregados contratados, desligados e taxa de rotatividade, por faixa etária

	2022			
	Total de empregados	Contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou Turnover
Abaixo de 30 anos	21	10	4	33,33
Entre 30 e 50 anos	154	26	21	15,26
Acima de 50 anos	60	4	3	5,83
Total	235	40	28	14,47

Número total de empregados contratados, desligados e taxa de rotatividade, por gênero

	2022			
	Total de empregados	Contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou Turnover
Homens	124	27	18	18,15
Mulheres	111	13	10	10,36
Total	235	40	28	14,47

Número total de empregados contratados, desligados e taxa de rotatividade, por região

	2022			
	Total de empregados	Contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou <i>Turnover</i>
Rio de Janeiro	235	40	28	14,47
Total	235	40	28	14,47

¹Metodologia de cálculo: $[(\text{contratados} + \text{desligados})/2]/\text{headcount total}$

Média de horas de capacitação por ano, por empregado GRI 404-1

Oito colaboradores não realizaram capacitação em 2022, cinco deles por conta de afastamento (INSS).

Média de horas de capacitação de empregados por gênero

	2020	2021	2022
Homens	10,45	35,09	17,58
Mulheres	10,40	12,93	15,62
Total	10,43	23,31	16,68

Média de horas de capacitação de empregados por categoria funcional

	2020	2021	2022
Diretoria	ND	12,90	15,33
Gerência	ND	10,26	16,38
Administrativo	ND	27,46	17,99
Operacional	ND	8,34	3,55
Total¹	ND	ND	17,28

1: ND: não disponível no histórico.

Média de horas de capacitação de trabalhadores por categoria funcional

	2020	2021	2022
Aprendizes	9,92	6,16	9,30
Estagiários	8,68	15,84	7,00
Temporários	-	-	0
Total	10,43	23,31	7,62

Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira GRI 404-3

Empregados que recebem análises de desempenho por categoria funcional (%)

	2020			2021			2022		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Diretoria	-	-	-	100	0	100	0	0	0
Gerência	100	100	100	89,47	100,00	94,12	96	93,75	95,12
Administrativo	98,92	97,50	98,27	98,91	93,02	96,07	92,22	91,4	91,80
Operacional	100	100	100	33,33	0,00	16,67	100	100	100
Total ¹	NA	NA	NA	NA	NA	NA	89,43	91,96	90,64

Trabalhadores que recebem análises de desempenho por categoria funcional (%)

	2020			2021			2022		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Aprendizes	50	50	50	100	100	100	50	-	50
Estagiários	66,67	100	80	33,33	66,67	50,00	66,67	60	63,64
Temporários	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total ¹	NA	NA	NA	NA	NA	NA	60	60	60

1: NA: não aplicável (total do histórico considerava as categorias GRI de trabalhadores. Incompatível com o cálculo deste ano).

Indicadores de diversidade GRI 405-1, 405-2

Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por gênero (%)

	Membros dos órgãos de governança	
2020	Homens	83,33
	Mulheres	16,67
	Total	100
2021	Homens	80
	Mulheres	20
	Total	100
2022	Homens	75
	Mulheres	25
	Total	100

Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por faixa etária (%)

	Membros dos órgãos de governança	
2020	Abaixo de 30 anos	-
	Entre 30 e 50 anos	66,67
	Acima 50 anos	33,33
	Total	100
2021	Abaixo de 30 anos	0
	Entre 30 e 50 anos	50
	Acima 50 anos	50
	Total	100
2022	Abaixo de 30 anos	0
	Entre 30 e 50 anos	62,5
	Acima 50 anos	37,5
	Total	100

Empregados, por categoria funcional e gênero (%)

	2020		2021		2022	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Diretoria	100	0	100	0	100	0
Gerência	54,55	45,45	55,88	44,12	60,98	39,02
Administrativo	54,07	45,93	51,41	48,59	50,00	50,00
Operacional	42,86	57,14	42,86	57,14	42,86	57,14
Total	-	-	-	-	52,77	47,23

Trabalhadores, por categoria funcional e gênero (%)

	2020		2021		2022	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Aprendizes	50,00	50,00	66,67	33,33	100,00	0,00
Estagiários	60,00	40,00	54,55	45,45	54,55	45,45
Temporários	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	66,67	33,33

Empregados, por categoria funcional e faixa etária (%)

	2020			2021			2022		
	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	20,00	80,00	0,00	20,00	80,00
Gerência	0,00	54,55	45,45	0,00	58,82	41,18	0,00	60,98	39,02
Administrativo	9,83	69,94	20,23	0,00	71,75	18,64	11,54	69,78	18,68
Operacional	0,00	16,67	83,33	0,00	0,00	100,00	0,00	14,29	85,71
Total	-	-	-	-	-	-	8,94	65,53	25,53

Trabalhadores, por categoria funcional e faixa etária (%)

	2020			2021			2022		
	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
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
Temporários	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00

Empregados dos grupos de sub-representados, por categoria funcional (%)

	2022		
	Pretos e Pardos	LGBT	PCDs
Diretoria	0,00	0,00	0,00
Gerência	2,44	0,00	0,00
Administrativo	6,59	0,00	2,75
Operacional	28,57	0,00	28,57
Total	6,38	0,00	2,98

Trabalhadores dos grupos de sub-representados, por categoria funcional (%)

	2022 ¹		
	Pretos e Pardos	LGBT	PCDs
Aprendizes	0,00	0,00	0,00
Estagiários	9,09	0,00	0,00
Temporários	-	-	-
Total	6,67	0,00	0,00

1: O histórico do último relatório foi discriminado por gênero. Incompatível com a coleta atual.

Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens - por categoria funcional¹

	2022	
	Salário base (%)	Remuneração (%)
Diretoria	-	-
Gerência	0,75	0,79
Administrativo	0,90	0,92
Operacional	1,03	1,03
Aprendizes	-	-
Estagiários	1,00	1,00
Temporários	-	-

1: Diretores: diretores e presidente. Gerência: gerente, gerente executivo, superintendente executivo. Administrativo: especialistas, analistas e assistentes. Operacional: contínuos, copeiros, auxiliares adm. e operador. Diretores e aprendizes: dados não disponíveis, pois não havia base salarial para mulheres no período.

Governança

Nomeação e seleção do principal órgão de governança GRI 2-10 Presidente do principal órgão de governança GRI 2-11

O Conselho de Administração é composto por, no mínimo quatro e no máximo seis membros titulares, com ou sem suplentes, que conferem representatividade aos acionistas, na forma da Lei e do seu Regimento Interno, sendo um o presidente e os demais sem designação especial, todos eleitos pela Assembleia Geral.

O mandato dos membros do Conselho de Administração é de três anos, sendo permitida a reeleição, cuja prerrogativa de indicação observa as disposições entre acionistas.

A nomeação dos membros do Conselho ocorre após a eleição destes pelo órgão competente, após cumprimento dos requisitos obrigatórios da Lei das S.A., normativos/resoluções do órgão regulador, quando aplicáveis.

Papel do principal órgão de governança na supervisão da gestão de impactos GRI 2-12

O Conselho de Administração é o órgão superior de administração da Brasilcap, ao qual compete fixar a orientação geral dos negócios e decidir sobre questões estratégicas, visando ao melhor interesse da Companhia. O papel deste órgão na supervisão da gestão de impactos está previsto em seu Regimento Interno e no Estatuto Social da Companhia.

Compete ao Conselho de Administração, entre outras atribuições: fixar a orientação geral dos negócios da Companhia, inclusive a política financeira, bem como suas diretrizes e objetivos básicos; examinar e decidir sobre novas atividades e/ou expansão dos setores existentes, com base nos planejamentos de médio e longo prazo; e aprovar as políticas corporativas da Companhia.

No exercício de suas funções, o Conselho de Administração deve zelar pela perenidade da Companhia dentro de uma perspectiva de longo prazo e de sustentabilidade, que incorpore aspectos de ordem econômica, social, ambiental e de boa governança corporativa, na definição dos negócios e das operações e pelos princípios éticos de conduta.

Delegação de responsabilidade na gestão de impactos GRI 2-13

A responsabilidade pela execução das diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Administração é da Diretoria Executiva, conforme estatuto social da Companhia.

Comunicado sobre questões críticas GRI 2-16

É de responsabilidade de cada área da Companhia submeter ao mais alto órgão de governança suas preocupações cruciais, por meio das regras estabelecidas nos processos/normas de cada área e/ou normativos do órgão regulador, quando aplicáveis.

Avaliação do desempenho do principal órgão de governança GRI 2-18

Compete ao presidente do Conselho de Administração: conduzir o sistema de avaliação de desempenho dos membros do Conselho, do presidente da Companhia e da Diretoria, assegurando o seu êxito.

Políticas de remuneração GRI 2-19

A legislação vigente dispõe que a fixação da remuneração dos administradores seja feita pela assembleia geral, de modo global ou individual, conforme previsão do artigo 152, da Lei nº 6.404/76 (“Lei das S.A.”). O estatuto social da Brasilcap, em seu artigo 10, § 4º, determina que a assembleia geral estabeleça a remuneração global e mensal dos administradores.

Processo para determinar a remuneração GRI 2-20

A remuneração dos administradores é aprovada pela assembleia geral. Não há comitê de remuneração constituído na Companhia.

Índice de remuneração total anual¹ GRI 2-21

Aumento percentual da remuneração total anual (R\$)

2022

Valor

Maior remuneração paga (no período coberto pelo Relatório) 795.160

Remuneração total anual média para todos os empregados (exceto o indivíduo mais bem pago) 174.510

Proporção 4,56x

Aumento percentual da remuneração total anual (R\$)

2022

Ano anterior

Esse ano

Maior remuneração paga 710.818 795.160

Remuneração total anual média para todos os empregados (exceto o indivíduo mais bem pago) 150.852 174.510

Aumento percentual da maior remuneração paga (%) 11,87%

Aumento percentual da remuneração total média (%) 15,68

Proporção do aumento percentual da maior remuneração paga pelo aumento percentual da remuneração total média 0,76x

1: Dados utilizados de empregados CLT com base em 2022.

Cumprimento das leis e regulamentos GRI 2-27

A Brasilcap atua em observância às leis e regulamentos aplicáveis à sua atividade. No entanto, houve aplicação de penalidades pagas em 2022, que totalizaram R\$ 102.106,55.

Do valor total, R\$ 10.747 são referentes à multa aplicada pelo órgão regulador (Susep), relacionada à comercialização de produtos em 2020. A situação vem sendo tratada por meio do treinamento periódico dos parceiros e demais agentes que atuam na comercialização dos títulos de capitalização.

Os demais valores são relacionados ao não atendimento tempestivo de solicitação decorrente de ofício judicial, ocorrido em 2019. O risco foi sanado com a terceirização da atividade.

Filiação em associações GRI 2-28

A Brasilcap possui representação em Comissões junto à Federação Nacional de Capitalização (Fenacap) e à Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg).

Acordos coletivos de trabalho GRI 2-30

Não há definição para as condições de trabalho e termos de emprego com base em acordos de negociação coletiva para demais colaboradores, apenas para os CLT.

Desempenho financeiro

Valor econômico direto gerado e distribuído GRI 201-1

Os dados foram apresentados em regime de competência.

Valor econômico direto gerado (R\$ mil)

	2020	2021	2022
Receitas	5.565.450,88	5.437.248,87	7.156.834,00

Valor econômico distribuído (R\$ mil)

Distribuído	2020	2021	2022
Custos operacionais	5.299.065,61	5.420.852,31	6.702.932,00
Salários e benefícios de empregados	56.417,00	57.973,00	71.867,00
Pagamentos a provedores de capital	61.544,00	834,16	57.291,00
Pagamentos ao governo	133.860,00	34.463,00	161.521,00
Investimentos na comunidade	3.194,00	566,76	2.729,00
Total	5.554.080,61	5.514.689,23	6.996.340,00

Valor econômico retido (R\$ mil)

	2020	2021	2022
“Valor econômico direto gerado” menos “Valor econômico distribuído”	97.257,00	2.677,84	160.494,00

Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas GRI 201-2

Devido à baixa representatividade da carteira de títulos privados nos ativos financeiros da Companhia, não é apurado o impacto de futuros fatores climáticos no nível desta carteira. Por outro lado, são considerados, periodicamente, diferentes cenários geopolíticos e sociais capazes de afetar diretamente a carteira de títulos públicos. Estes cenários geopolíticos e sociais podem ser consequência secundária de algum fator climático.

Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício social específico para cada linha de negócios, separados por finalidade GRI FS7

Valor monetário destinado a produtos com benefícios sociais, por linha de negócio

Dados

Linha de negócio	Filantropia Premiável
Produto	Doadin, Sorte Saúde e Estação Cap
Finalidade	Produto de capitalização da modalidade Filantropia Premiável. Com o objetivo de ajudar instituições beneficentes. Atualmente, as instituições atendidas são a AACD, FBB e Hospital de Base de São José do Rio Preto, além disso, quem doa concorre a sorteios.
Valor monetário total da linha de negócio (R\$)	4.103.527,51
Valor monetário destinado a produtos com benefícios sociais da linha de negócio (R\$)	4.103.527,51
Proporção entre o valor monetário total e o valor destinado a produtos com benefícios sociais	1

Avaliação ASG de ativos GRI FS11

A avaliação das emissões privadas no âmbito dos aspectos ASG é realizada pela equipe de análise de crédito da BB Asset, que possui metodologia própria contendo indicadores gerais (governança, aspectos sociais, ambientais e índices de sustentabilidade) e indicadores específicos (de acordo com as necessidades de cada área).

Após uma avaliação criteriosa dos aspectos ASG é definido um *rating* ASG para as empresas emissoras de dívida. Para as operações de crédito privado, os aspectos ASG compõem uma régua qualitativa e quantitativa que influencia a tomada de decisão, podendo implicar na objeção ao limite de crédito, redução ou ampliação do limite.

É realizada a adoção de filtros positivo/*best-in-class* para ações e filtros positivos e negativos para dívida corporativa, baseados em: (i) Estrutura de Governança Ética e Integridade; (ii) Social; (iii) Meio Ambiente; (iv) Índices de Sustentabilidade; e (v) Alinhamento com o Padrão GRI. Não há exigência legal para a utilização dos critérios elencados.

Inclusão no sistema financeiro

GRI 3-3 Inclusão financeira e empoderamento

Iniciativas para melhorar o acesso de pessoas com deficiência aos serviços financeiros GRI FS14

A Brasilcap oferece a todos os clientes tratamento digno, cortês e equitativo, respeitando os interesses e os direitos do consumidor. A Companhia adota medidas para minimizar o risco de não entendimento das características dos seus produtos pelos clientes, com objetivo de evitar a assimetria de informação.

A Companhia disponibiliza números específicos de telefone para atender os deficientes auditivos ou de fala:

> Ourocap: 0800 729 0088

> Cap Fiador, Doadin, Sorte Saúde, Sortudin: 0800 729 0910

Políticas para o correto desenvolvimento, a estruturação e a venda de produtos e serviços financeiros GRI FS15

Os produtos e modelos de negócio são desenvolvidos seguindo as circulares publicadas pela Susep, que dita sobre as regras gerais da Capitalização, além de atender também as políticas e normas internas, publicadas pela Brasilcap e atualizadas periodicamente:

- > Política Institucional de Conduta e Relacionamento, que orienta sobre o comportamento da Companhia no relacionamento com os clientes e em como conduzir suas atividades com observância a princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência;
- > Norma de Desenvolvimento de Produto, que estabelece as regras desde seu processo de desenvolvimento até a sua aprovação e divulgação.

Sumário de Conteúdo da GRI

Declaração de uso

Declaração de uso	Brasilcap relatou em conformidade com as Normas GRI para o período entre 01/01/2022 e 31/01/2022
GRI 1 usada	GRI 1: Fundamentos 2021
Norma(s) Setorial(ais) da GRI aplicável(eis)	[Títulos das Normas Setoriais da GRI aplicáveis]

Conteúdos gerais 2021

Conteúdo	Localização	Requisito(s) omitido(s)	Motivo	Explicação
2-1 Detalhes da organização	8			
2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Apenas a Brasilcap			
2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	3			
2-4 Reformulações de informações	Não houve			
2-5 Verificação externa	Não houve			
2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	26			
2-7 Funcionários	46			
2-8 Trabalhadores que não são funcionários	48			
2-9 Estrutura e composição da governança	16			
2-10 Nomeação e seleção do principal órgão de governança	56			

Conteúdo	Localização	Requisito(s) omitido(s)	Motivo	Explicação
2-11 Presidente do principal órgão de governança	56			
2-12 Papel do principal órgão de governança na supervisão da gestão de impactos	56			
2-13 Delegação de responsabilidade na gestão de impactos	56			
2-14 Papel do principal órgão de governança no relatório de sustentabilidade	10			
2-15 Conflitos de interesse	18			
2-16 Comunicado sobre questões críticas	56			
2-17 Conhecimento coletivo do principal órgão de governança	40			
2-18 Avaliação do desempenho do principal órgão de governança	56			
2-19 Políticas de remuneração	56			
2-20 Processo para determinar a remuneração	56			
2-21 Índice de remuneração total anual	57			
2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	5			
2-23 Compromissos de política	8, 15, 40			
2-24 Incorporação de compromissos de política	13			
2-25 Processos para reparação dos impactos negativos	40			
2-26 Mecanismos para consulta e levantamento de questões	15			
2-27 Cumprimento das leis e regulamentos	57			
2-28 Filiação em associações	57			
2-29 Abordagem ao engajamento de <i>stakeholders</i>	10			
2-30 Acordos de negociação coletiva	57			

Temas materiais

Normas	Conteúdo	Localização	Requisito(s) omitido(s)	Motivo	Explicação
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	10			
	3-2 Lista de temas materiais	10			
Ética nas relações e nos negócios					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	15			
Combate à corrupção 2016	GRI 205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção			Por questões estratégicas, a identificação e descrição desses riscos não deve ser divulgada	
Combate à corrupção 2016	GRI 205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	18			
Combate à corrupção 2016	GRI 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	18			
Concorrência desleal 2016	GRI 206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	18, 44			
Relacionamento e satisfação de clientes					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	30			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS5 Interações com clientes, empresas investidas e parceiros de negócios sobre riscos e oportunidades ambientais e sociais	40			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS15 Políticas para o correto desenvolvimento, a estruturação e a venda de produtos e serviços financeiros	60			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS16 Iniciativas para melhorar a educação financeira por tipo de beneficiário	43			
Desempenho econômico-financeiro					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	20			

Normas	Conteúdo	Localização	Requisito(s) omitido(s)	Motivo	Explicação
Desempenho econômico 2016	GRI 201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	22, 58			
Desempenho econômico 2016	GRI 201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	58			
Privacidade, proteção de dados e segurança cibernética					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	18			
Privacidade do cliente	GRI 418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	18			
Governança e transparência					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	15			
Tributos 2019	GRI 207-2 Governança, controle e gestão de risco fiscal	18			
Engajamento e integração dos funcionários					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	34			
Capacitação e educação 2016	GRI 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	50			
Capacitação e educação 2016	GRI 404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	36			
Capacitação e educação 2016	GRI 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	51			
Relações Trabalhistas	GRI 402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais		Não consta em qualquer documento oficial		orientação sobre o tema
Igualdade, diversidade, inclusão & bem-estar					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	37			

Normas	Conteúdo	Localização	Requisito(s) omitido(s)	Motivo	Explicação
Presença no mercado 2016	GRI 202-1 Proporção entre o salário mais baixo e salário-mínimo local, com discriminação por gênero	49			
Emprego 2016	GRI 401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	49			
Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	GRI 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	52			
Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	GRI 405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	52			
Inovação e aceleração digital					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	38			
Impactos econômicos indiretos 2016	GRI 203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	42			
Cultura e ambiente de inovação					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	38			
Capacitação e educação 2016	GRI 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	50			
Capacitação e educação 2016	GRI 404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	36			
Capacitação e educação 2016	GRI 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	51			
Gestão de riscos sistêmicos					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	17			
Avaliação social de fornecedores 2016	GRI 414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	44			

Normas	Conteúdo	Localização	Requisito(s) omitido(s)	Motivo	Explicação
Avaliação social de fornecedores 2016	GRI 414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Os fornecedores não são avaliados quanto a impactos ambientais			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS2 Procedimentos para avaliação e classificação de riscos ambientais e sociais nas linhas de negócios	17			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS4 Processo(s) para melhorar a competência do pessoal para implementar as políticas e procedimentos ambientais e sociais aplicados nas linhas de negócios	40			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS9 Cobertura e frequência das auditorias para avaliar a implementação de políticas ambientais e sociais e os procedimentos de avaliação de risco	Em 2022, não foram realizados trabalhos específicos relacionados a políticas ambientais e sociais, bem como a seus procedimentos e sistemas			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS11 Percentual de ativos sujeitos a triagem ambiental ou social, positiva e negativa	59			
Competitividade diante de novos entrantes					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	31			
Concorrência desleal 2016	GRI 206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	18			
Educação financeira e securitária					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	43			
Impactos econômicos indiretos 2016	GRI 203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	42			
Impactos econômicos indiretos 2016	GRI 203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	22, 41, 42			
Design de produto socioambiental					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	17, 41			

Normas	Conteúdo	Localização	Requisito(s) omitido(s)	Motivo	Explicação
Suplemento setorial financeiro	GRI FS1 Políticas com componentes ambientais e sociais específicas aplicadas às linhas de negócio	40			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS2 Procedimentos para avaliação e classificação de riscos ambientais e sociais nas linhas de negócios	17			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS4 Processo(s) para melhorar a competência do pessoal para implementar as políticas e procedimentos ambientais e sociais aplicados nas linhas de negócios	40			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS7 Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício social específico para cada linha de negócios, separados por finalidade	59			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS8 Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício ambiental específico para cada linha de negócios, separados por finalidade	41			
Inclusão financeira e empoderamento					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	60			
Impactos econômicos indiretos 2016	GRI 203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	42			
Impactos econômicos indiretos 2016	GRI 203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	22, 41, 42			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS13 Pontos de acesso em áreas pouco populosas ou em desvantagem econômica por tipo	29			
Suplemento setorial financeiro	GRI FS14 Iniciativas para melhorar o acesso aos serviços financeiros de pessoas com deficiência	60			

Créditos

Uma publicação **Brasilcap S.A.**

Av. República do Chile, 330 - 7º andar,
Centro - Rio de Janeiro – RJ. CEP: 20031-170

Coordenação

Gerência Executiva de Comunicação

Consultoria GRI, conteúdo e *design*

Grupo Report – rpt.sustentabilidade
www.gruporeport.com.br

Imagens

Banco de Imagens Brasilcap

Revisão

Catalisando Conteúdo

