

Relatório Anual 2020



BRASILCAP RELATÓRIO ANUAL 2020



Sumário

Apresentação

Mensagem da Diretoria

A Brasilcap

Desempenho em 2020

Portfólio e clientes

Cultura organizacional

Atuação em sustentabilidade

Anexo GRI



Apresentação

A Brasilcap completou, em 2020, 25 anos de fundação

Neste primeiro quarto de século, a Companhia tornou-se uma das empresas mais relevantes no mercado brasileiro de capitalização, contribuindo para a realização dos sonhos de milhões de pessoas. O Relatório Anual 2020 apresenta um breve resumo da história da Brasilcap, mas também foca o presente e o futuro.

As conquistas acumuladas pela Brasilcap desde 1995, bem como seu pioneirismo em diversos aspectos no segmento de capitalização, pontuam a narrativa e ajudam a contextualizar as principais realizações de 2020.

Mais uma vez, o Relatório Anual segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), com um conteúdo que inclui informações sobre desempenho econômico, portfólio de produtos, relacionamento com clientes, gestão das pessoas e inovação. Dentro das dimensões ambiental, social e de governança (ASG), o conteúdo também aborda aspectos de sustentabilidade, riscos, controles internos e compliance.

Em face dos desafios apresentados pela pandemia do novo coronavírus, merecem destaque extra as ações voltadas ao público interno e à mitigação dos impactos da pandemia sobre a sociedade. Essa atuação social é um traço marcante na história da Companhia, exercitado nos últimos 25 anos e que ganhará cada vez mais relevância nos próximos anos.



Mensagem da Diretoria

GRI 102-14

O mundo jamais será o mesmo após 2020. Um ano que mudou significativamente a forma como nos relacionamos, como socializamos, enfim, como vivemos. Que redefiniu os nossos padrões de trabalho e que mudou a percepção do que representa estar próximo um do outro – ainda que fisicamente distante. Empatia, resiliência e superação vêm sendo características-chave diante do novo cenário, como bem demonstram o segmento de capitalização e a Brasilcap, empresa do grupo BB Seguros.

A capitalização nasceu com a missão de mobilizar e aglutinar pequenas economias populares para formação de poupança nacional de larga escala. Agora, ante o período mais desafiador de nosso século, a Brasilcap e o setor demonstram mais uma vez a sua sustentabilidade e o seu papel de fomento econômico e social, retornando R\$ 19,2 bilhões para o mercado como valores pagos em resgates e sorteios.

As reservas técnicas avançaram 5,4% em relação ao ano anterior, alcançando R\$ 32,4 bilhões; já os resgates diminuíram 4,8%. A percepção de risco de um momento difícil leva as pessoas a buscarem segurança financeira. Esses recursos ajudaram a movimentar a economia, trazendo segurança para as famílias em um ano tão complexo. Acima de tudo, auxiliaram as pessoas a realizarem seus planos e projetos.

Com a ruptura de um modelo com o qual estávamos acostumados, é natural que o mercado de capitalização acelere novas formas de interação com um consumidor cada vez mais exigente e conectado. Enfrentar desafios e superar obstáculos são a tônica de um segmento que, ao longo de seus 92 anos de existência, demonstra obstinação, persistência e criatividade – assim também podemos definir a Brasilcap em seus 25 anos de atuação.

Sim, 2020 nos reservou também um momento especial: comemoramos nossas “bodas de prata”, com a certeza de que estivemos ao lado dos nossos clientes, colaboradores, parceiros, acionistas, fornecedores e dos demais públicos com os quais nos relacionamos. Em consonância ao posicionamento da Organização Mundial da Saúde (OMS), a Companhia adotou um conjunto de medidas contingenciais com foco no enfrentamento da pandemia, tendo como principal atenção:

(a) Capital Humano: implementação de teletrabalho para a totalidade dos colaboradores da Companhia, mediante disponibilização de equipamentos e condições de trabalho remoto;

(b) Processos: o plano de contingência atendeu plenamente o desenvolvimento das atividades da empresa, garantindo

que todos os processos e sistemas funcionassem regularmente e a continuidade da prestação dos serviços aos nossos clientes, além de honrar fluxos financeiros assumidos com os nossos fornecedores;

(c) Clientes: mediante ações com foco na atenção e no cuidado com o atendimento, de forma a garantir tempestividade, com destaque para mudanças nas abordagens e scripts de atendimento para melhor servir;

(d) Cadeia de Parceiros e Fornecedores: com destaque para ações de acompanhamento, apoio e adoção de medidas para garantia de suas atividades, como distribuição de máscaras, por exemplo; e

(e) Responsabilidade Social Corporativa: com a preocupação em atenuar os impactos da pandemia na parcela mais vulnerável da sociedade, foram antecipados para o primeiro semestre do ano passado os investimentos sociais que a Companhia usualmente realiza no final do exercício.

Em meio a essa caminhada transformadora de 2020, a Brasilcap ainda alcançou feitos importantes. Entre alguns exemplos, nosso lucro líquido chegou a R\$ 158,8 milhões – aumento de 57,4% em comparação ao exercício anterior; entregamos R\$ 78,3 milhões em prêmios para cerca de 15,2 mil

títulos contemplados; lançamos o Doadin (unindo a modalidade filantropia premiável com as possibilidades do mundo digital); concluímos com êxito o nosso Planejamento Estratégico do triênio 2021-2023; lançamos um novo portfólio da família Ourocap; nos estruturamos para atender a adequações regulatórias; conquistamos pelo décimo ano consecutivo o Certificado de Empresa Cidadã; fomos agraciados com o XXI Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente.

Os desafios são muitos e prosseguem. A Brasilcap continuará exercitando a adaptabilidade e evoluindo em sua sustentabilidade. A Companhia seguirá firme para ser agente de transformação na vida das pessoas e na sociedade, e para ser reconhecida como a melhor empresa de capitalização, com soluções inovadoras e atuação focada na geração de valor para todos os seus públicos.

Queremos deixar o nosso muito obrigado a todos que acreditaram na Brasilcap e que contribuíram para o atingimento dos resultados da Companhia. Registramos também o nosso sincero pesar e respeito a todas as vítimas da Covid-19. Nas próximas páginas, detalhamos a nossa jornada em 2020.

Boa leitura!



No período mais desafiador do século, a capitalização demonstrou seu papel de fomento econômico e social



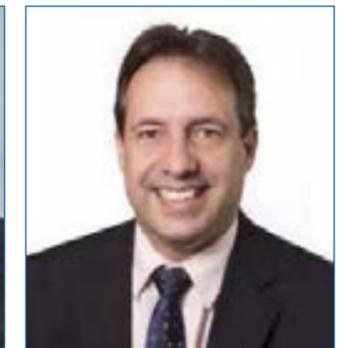
Gustavo do Vale
Presidente



Frederico Queiroz Filho
Diretor de Clientes, Produtos e Tecnologia



Marcelo Gonçalves Farinha
Diretor Comercial



Denis dos Santos Morais
Diretor de Controladoria, Finanças e Atuação

A BRASILCAP

25 anos

Quartel (s. m.) - a quarta parte do todo; diz-se de um período de 25 anos com referência a um quarto de século.



Em 2020, a Brasilcap completou 25 anos de fundação.

Considerada empresa referência no setor de capitalização, a Brasilcap Capitalização S.A., empresa do grupo BB Seguros, completou, em 2020, 25 anos de fundação. Presente em todos os estados e no Distrito Federal, a Companhia contemplou em 2020 mais de 15 mil títulos de capitalização. **GRI 102-1, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7**

O portfólio da Brasilcap é versátil e diversificado, e abrange cinco das seis modalidades existentes no segmento (Tradicional, Popular, Instrumento de Garantia, Filantropia Premiável e Incentivo). Com isso, a Companhia atende a variados perfis de clientes e provê soluções em capitalização para múltiplos tipos de demandas – como acumulação de reservas para realização de projetos pessoais, garantia locatícia e produtos customizados para ações promocionais.

Além da solidez de seu posicionamento no mercado, a Brasilcap é destaque na oferta de produtos de capitalização inovadores e na

gestão dos aspectos ambientais, sociais e de governança (ASG) de suas atividades. É a primeira empresa de capitalização a integrar os Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI), conjunto de recomendações promovido pela Iniciativa Financeira da Organização das Nações Unidas (Unep-FI da ONU).

Reconhecida pelo 10º ano consecutivo como Empresa Cidadã pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRCRJ), a Brasilcap ainda foi agraciada em 2020 com o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, concedido pela revista Consumidor Moderno, e foi um dos destaques do ranking Empresas Mais, do jornal *O Estado de São Paulo*, na categoria Serviços Financeiros – Capitalização.

Além de atuar de acordo com as regulamentações da Superintendência de Seguros Privados (Susep), a Brasilcap adotou em 2020 os seguintes princípios em todas as suas atividades: **GRI 102-16, PS1**

MISSÃO

ser a solução em capitalização para pessoas e empresas realizarem seus objetivos.

VISÃO

transformar vidas com a capitalização, ser referência no seu segmento e contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

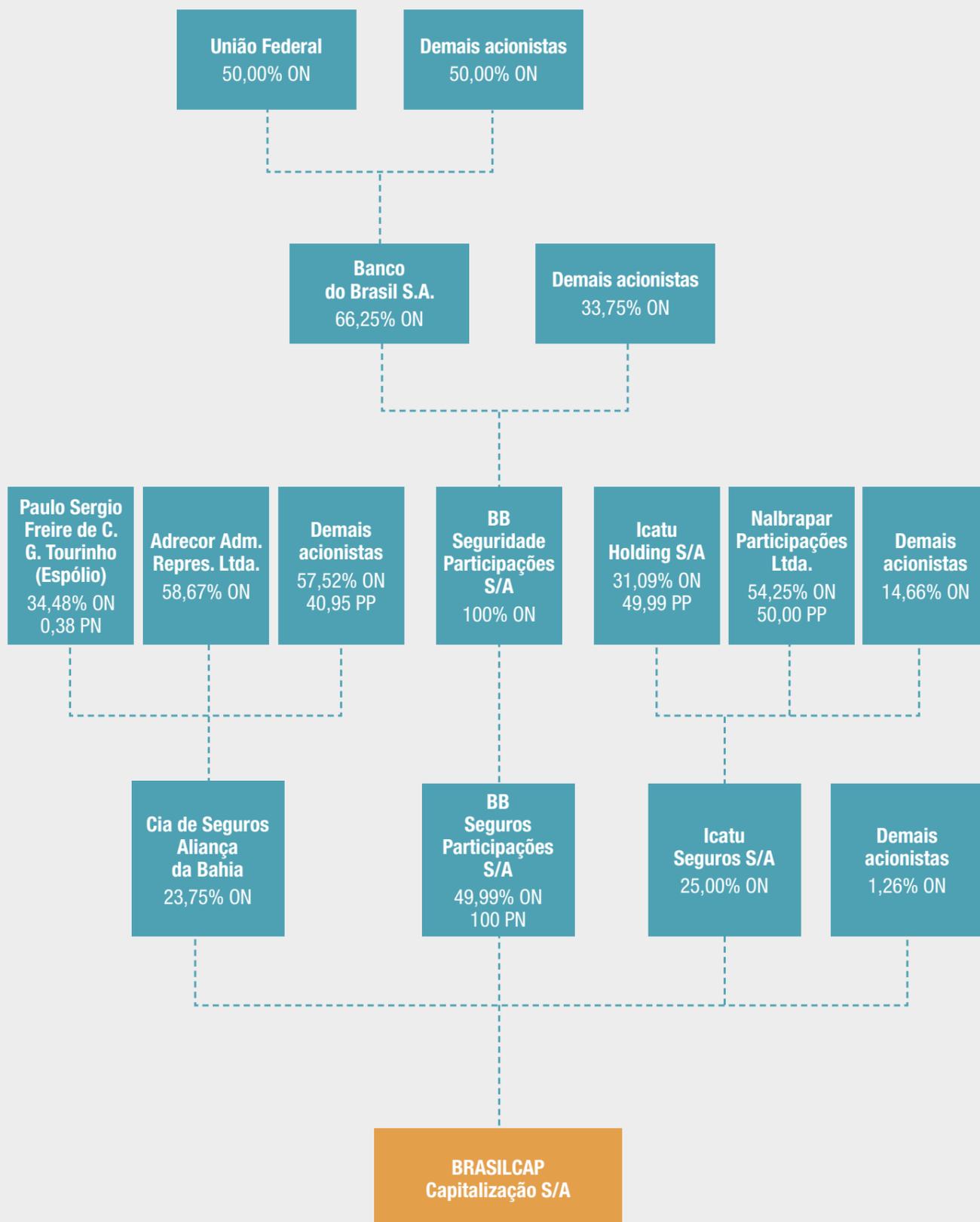
VALORES

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



A Companhia contemplou em 2020 mais de 15 mil títulos de capitalização

CONTROLE ACIONÁRIO



OS 25 ANOS DA BRASILCAP

A Brasilcap foi fundada em julho de 1995 e lançou seu primeiro título em outubro daquele ano. Em 2020, quando completou seu 25º aniversário, a Companhia – estabelecida como uma das líderes incontestas do mercado – já havia distribuído mais de R\$ 2,3 bilhões para cerca de 13,4 milhões de títulos.

Relembre alguns dos pontos mais marcantes da história da Brasilcap:

- **1995:** lançamento do Ourocap PM 36, primeiro produto da Companhia e o primeiro título a restituir 100% do valor aplicado no prazo de 36 meses.
- **1996:** Brasilcap assume pela primeira vez a liderança do mercado brasileiro de capitalização. Primeira parceria fora dos canais BB (com o Banco da Amazônia). Início dos patrocínios culturais, junto ao Centro Cultural Banco do Brasil.
- **2001:** início dos repasses de contribuições à Fundação Banco do Brasil para apoiar projetos socioambientais.
- **2004:** patrocinada pela Brasilcap, a dupla de vôlei de praia Ricardo & Emanuel conquista a medalha de ouro na Olimpíada de Atenas. Lançamento do Promocap.
- **2006:** lançamento do Ourocap Empresa.
- **2008:** Brasilcap integra o ranking Great Place to Work, entre as 100 melhores empresas para trabalhar no Brasil. O Ourocap 200 Anos paga os maiores valores da história: dois prêmios de R\$ 5 milhões.
- **2010:** lançamento do Cap Fiador.
- **2011:** início do Programa Brasilcap Solidário. Companhia recebe pela primeira vez o certificado de Empresa Cidadã, concedido pelo CRCRJ.
- **2013:** o recorde histórico de premiação é batido mais uma vez, e pela própria Brasilcap, com o sorteio de R\$ 10 milhões pago a um cliente com o Ourocap Estilo Prêmio. Recorde de faturamento mensal em junho: R\$ 1 bilhão.
- **2014:** recorde na distribuição de prêmios (R\$ 212 milhões). Lançamento do Parcela Premiável e início da parceria com a AACD.
- **2015:** lançamento do PostalCap. Brasilcap passa a ser signatária dos Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI).
- **2016:** novo recorde de premiação. Um cliente ganhou R\$ 20 milhões com o Ourocap 20 Anos.
- **2017:** Brasilcap institui um Comitê de Riscos e formaliza sua Política de Gestão de Riscos.
- **2018:** é lançado o Programa de Educação Financeira da Brasilcap (Educap).
- **2019:** desenvolvimento do Doadin, primeiro título 100% digital da história da Companhia.



Materialidade GRI 103-1, 102-46, PS1

Em 2020, a alta liderança da Brasilcap aprovou uma nova matriz de materialidade para a Companhia: a lista dos temas que refletem impactos significativos (econômicos, ambientais e sociais) de suas atividades. A relação de temas foi construída a partir de consultas aos representantes dos principais grupos de stakeholders com os quais a empresa se relaciona: clientes, o Banco do Brasil, parceiros de negócios, entidades setoriais e colaboradores.

GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44

No quadro a seguir, os sete temas materiais são apresentados, considerando ainda os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU com os quais eles se correlacionam. A Estratégia de Sustentabilidade da Brasilcap, elaborada de forma inédita em 2019, também considera esses temas ao definir os desafios e oportunidades da Companhia em sua gestão ASG (leia mais em Atuação em sustentabilidade). Os impactos dos temas materiais ocorrem dentro e fora da Brasilcap.



TEMA MATERIAL <small>GRI 102-47</small>	ABORDAGEM	ODS
Relacionamento com clientes	Diversificação, simplificação e maior eficácia nos canais de relacionamento; maior engajamento e comunicação com os clientes (atuais e potenciais); reforço na transparência e na credibilidade	
Portfólio de produtos	Ressignificação e diversificação dos produtos, para atender às expectativas do cliente e do mercado; conversão da característica de oferta por produtos e soluções baseados na demanda de clientes	
Desempenho econômico	Equilíbrio de riscos, política de investimento e estratégia comercial num cenário de taxa de juros reduzida; ampliação da operação com eficiência e otimização de custos; financiamento de projetos e ações para a inovação	
Cultura e ambiente de inovação	Amadurecimento da cultura de inovação; redução de níveis hierárquicos e desburocratização; rediscussão de papéis internos e do propósito da Companhia	
Governança e transparência	Esclarecimento à estrutura societária na tomada de decisão; ampliação da transparência; integração da sustentabilidade aos órgãos de governança	
Competividade diante de novos entrantes	Aprofundamento das discussões sobre o tema, determinando fatores críticos de sucesso, o estabelecimento de novas parcerias e de novos negócios	Não aplicável
Produtos com apelo socioambiental	Desenvolvimento de produtos apoiados em causas sociais e ambientais; avaliação dos impactos do portfólio na cadeia de valor e dos impactos sociais na vida das pessoas	



Governança corporativa

Como visto na seção anterior, “Governança e transparência” é um dos temas materiais na estratégia e na atuação da Brasilcap. A estrutura de governança e os processos de gestão da Companhia acompanham as recomendações do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) e estão em conformidade com as normas da Susep.

A Companhia conta com um Programa de Integridade, construído com base na Lei Federal 12.846/2013 (Lei Anticorrupção), que objetiva elevar a transparência na gestão e reduzir o risco de atos que violem padrões e regras legais, destacadamente os

relacionados à corrupção contra a administração pública. O Programa prevê o cumprimento de padrões de conduta, treinamentos anticorrupção, análises de riscos e a instituição de controles internos e canais de denúncia, entre outros instrumentos de integridade. Seus fundamentos estão disponíveis à consulta pública [aqui](#).

Já o Programa de Compliance visa acompanhar os riscos de conformidade legal, de forma a assegurar o efetivo cumprimento de regulamentos externos e internos e o combate de desvios éticos – com a aplicação de diretrizes para prevenção, detecção e correção de práticas inadequadas. Seu conteúdo está disponível [aqui](#).

Em seu [Código de Ética e Conduta](#), a Brasilcap apresenta as recomendações para um ambiente de trabalho justo e ético e para a prevenção da lavagem de dinheiro, de conflitos de interesses e de fraudes. Assim como os programas de Integridade e de Compliance, suas determinações são aplicáveis a todos os colaboradores e aos fornecedores da Companhia.

Durante a pandemia, a Companhia valeu-se de ferramentas de TI para manter seus processos de gestão em curso. Exemplos foram a ampliação do uso de um sistema para a assinatura eletrônica de documentos; a disponibilização de atas de reuniões à auditoria externa por meio digital; e a contratação de um novo portal interno de governança.



Canal de Ética

De acordo com as melhores práticas de governança, a Brasilcap disponibiliza um canal público, acessível a qualquer pessoa, para acolher relatos de comportamentos que violem os princípios do Código de Ética e Conduta e quaisquer outras infrações à lei. O Canal de Ética pode ser acessado no site (<https://canaldeetica.com.br/brasilcap/#home>) ou por telefone (0800-377-8003), com sigilo e anonimato garantidos. As denúncias consideradas procedentes são apuradas de forma imparcial junto às áreas envolvidas.

GESTÃO DE RISCOS E CONTROLES INTERNOS PS1

Cada área da Brasilcap é encarregada da autoavaliação e do monitoramento dos riscos inerentes a suas atividades, observando principalmente as categorias de riscos mais relevantes para o setor de capitalização (subscrição, crédito, operacional e de mercado). O trabalho segue as referências do *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)*, mundialmente adotadas na gestão de riscos corporativos, e tem sua efetividade mensurada por meio de indicadores.

A estrutura atual de gestão de riscos é constituída pelas equipes de Riscos Corporativos e de Controles Internos e Compliance, que integram a Gerência Executiva de Riscos, Controles Internos e Compliance da Companhia. Seu titular exerce a função de Gestor de Riscos, responsabilidade prevista pela Susep. Dois Comitês de assessoramento (Riscos e Auditoria) acompanham o trabalho e se reportam ao Conselho de Administração.

Os processos internos são avaliados quanto aos possíveis impactos socioambientais nos ciclos de autoavaliação de riscos e controles, o que inclui os processos comerciais, de criação de produtos, de atendimento ao cliente, de relacionamento com parceiros, fornecedores e terceiros. Em 2020, a Companhia não foi autuada nem pagou multas resultantes de não conformidades com leis e regulamentos sociais. **GRI 103-2, 103-3 419-1, FS2**

A Brasilcap vem aprimorando nos últimos anos seus processos de gestão de riscos. Em 2020, foi desenvolvida uma metodologia de avaliação de controles, incluindo processos contínuos de verificação de efetividade e conformidade legal dos controles. As políticas ligadas à gestão de risco foram revisadas e houve a implementação do processo de avaliação normativa. Como estratégia, foi aprovado pela Diretoria o Plano Anual de Riscos e Controles (PARC) com ações e respectivos prazos, bem como a definição de metas de equipe.

COMBATE À CORRUPÇÃO

GRI 103-2, 103-3, PS1

Os riscos de corrupção são incluídos no processo de gestão de riscos e passam por ciclos de autoavaliação, além de serem analisados nos processos e projetos, com a aplicação de avaliação de impacto e frequência estimados, realizada pelos gestores da primeira linha, com a assessoria da área de Riscos. O modelo de avaliação utilizado está previsto nas Políticas e normativos internos da Companhia, aprovados pelas instâncias superiores competentes. No dicionário de Riscos, que serve de orientação para a autoavaliação, consta especificamente o risco de Conflito de Interesses, que passa por verificação dos gestores para identificação, avaliação e tratamento, conforme sua criticidade.

Em 2020, 394 macroatividades da Brasilcap foram consideradas pela gestão de riscos; dessas, 45 (11,42%) passaram

por avaliações de riscos relacionados à corrupção, como suborno, fraude e outros. As descrições desses riscos não são divulgadas publicamente por motivos estratégicos. **GRI 205-1**

Ainda em 2020, o compromisso com o combate à corrupção foi ratificado com ações como a implementação das medidas do Programa de Compliance e novos treinamentos anticorrupção para o corpo funcional. Em nenhum dos meios de detecção foram confirmados casos de corrupção no ano. **GRI 205-3**

TREINAMENTOS ANTICORRUPÇÃO

Na Brasilcap, os documentos que abordam o tema são: o Programa de Integridade, a Política Anticorrupção, a Norma Anticorrupção e a Norma de Oferta e Recebimento de Presentes.

A Companhia contempla treinamentos com a temática anticorrupção na trilha de

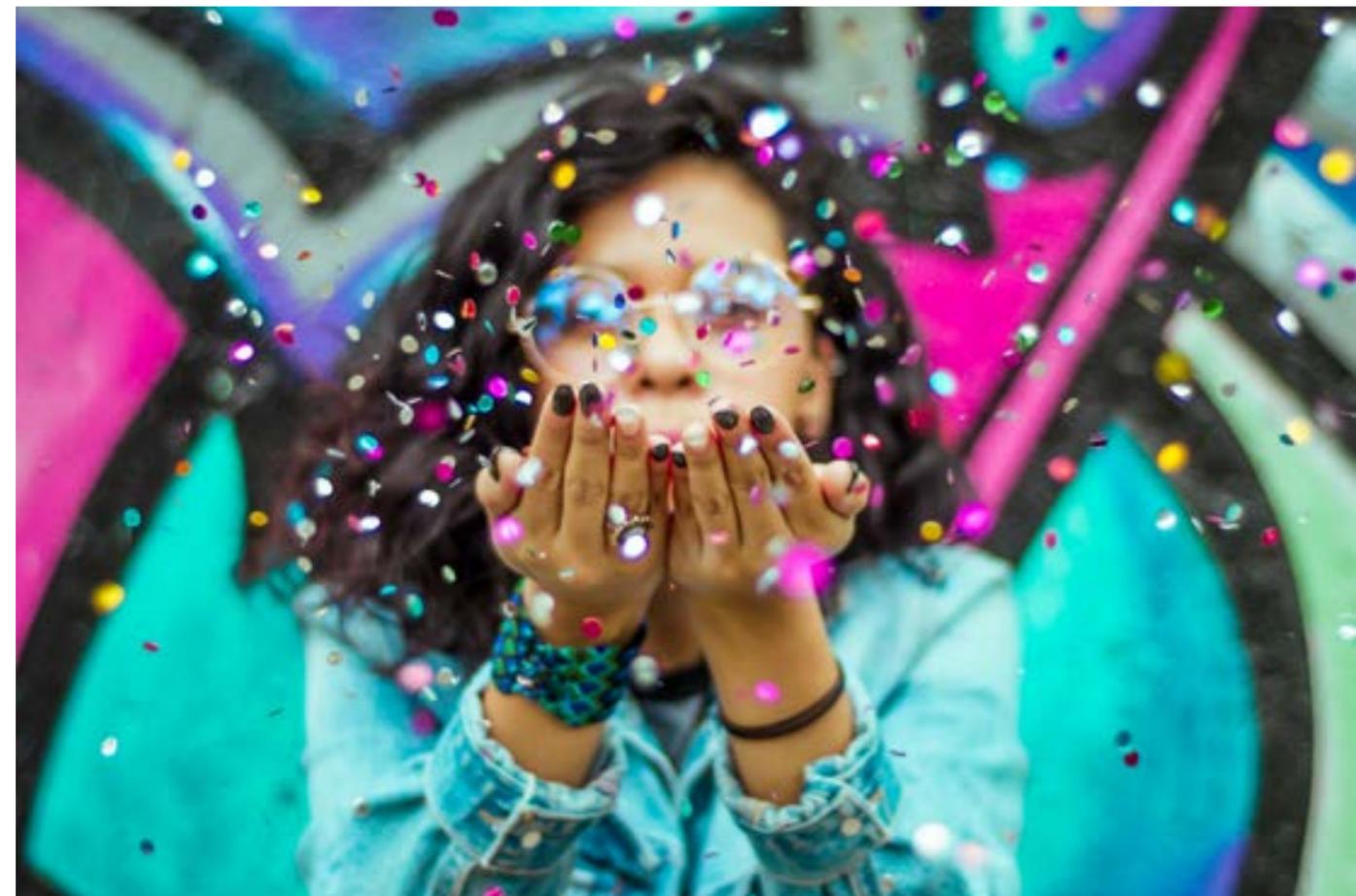
Integridade e Compliance, que são aplicáveis a todo seu público interno (empregados, diretores estatutários, jovens aprendizes e estagiários) e os membros dos Conselhos e dos Comitês. Os novos colaboradores passam pelos treinamentos no momento de sua integração. Realizadas de forma online, essas capacitações contaram com participação de 100% do público ativo em 2020.

Além dessa trilha de capacitação, a Brasilcap conta também com o Programa de Aprendizagem Contínua em Integridade e Compliance, que reforça periodicamente os conteúdos acerca do tema anticorrupção, que é extensível a todos os colaboradores.

As políticas e procedimentos anticorrupção da Brasilcap abrangem os membros dos Conselhos, dos Comitês, prestadores de serviços, fornecedores e parceiros. Apesar de não dispor de treinamento específico anticorrupção para parceiros de negócios, todos os contratos firmados incluem a obrigatoriedade da observância do Código de Ética e Conduta da Brasilcap.



Uma nova metodologia de avaliação de controles, desenvolvida em 2020, permitiu evolução na gestão de riscos



LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD) GRI 103-2, 103-3

Ainda no contexto de controles e gestão de riscos, o trabalho de adequação à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) prosseguiu em 2020. O Projeto LGPD promoveu um levantamento completo dos dados pessoais tratados pela Brasilcap em seus processos de rotina, com a colaboração de todas as áreas, de modo a verificar vulnerabilidades e mitigar riscos de segurança relativos à privacidade e proteção de dados e de não conformidade legal.

Entre os progressos ligados à LGPD em 2020, destacou-se a divulgação de uma Política de Privacidade e Proteção de

Dados, em duas versões: uma disponível ao público, no site da Companhia, e outra interna, para os colaboradores e fornecedores, na intranet, além de capacitação específica na plataforma de educação corporativa da Companhia. Também foi publicada uma Política Corporativa de Gestão de Dados, para orientar a preservação dos dados pessoais sob controle da Brasilcap. Ainda houve a implementação do Portal de Privacidade, para acolher solicitações dos titulares de dados pessoais; e a adoção de uma solução digital de descoberta e mapeamento de dados pessoais.

Um diagnóstico sobre privacidade e proteção de dados possibilitou a mensuração do nível interno de maturidade sobre o tema e a formulação de um plano que objetiva dar maior robustez à Companhia, a ser implementado nos próximos anos, contemplando um total de 46 recomendações.

Não houve, em 2020, queixas procedentes relativas à violação de privacidade nem a perda de dados de clientes. **GRI 418-1**



A Brasilcap passou a contar com uma Política de Privacidade e Proteção de Dados



Composição dos órgãos de liderança GRI 102-18

Três são os órgãos colegiados de liderança da Brasilcap: um Conselho de Administração, uma Diretoria e um Conselho Fiscal. Suas composições ao fim de 2020 eram as seguintes:

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

MEMBRO	POSIÇÃO
Pedro Bramont	Presidente do Conselho
Helio Oliveira Portocarrero de Castro	
Gustavo Leipnitz Ene	
Marcelo Pacheco dos Guarany	Conselheiros titulares
Maria do Carmo Nabuco de Almeida Braga	
Silvano Gianni	

DIRETORIA

MEMBRO	POSIÇÃO
Gustavo do Vale	Presidente
Marcelo Farinha	Diretor Comercial
Frederico Queiroz Filho	Diretor de Clientes, Produtos e Tecnologia

CONSELHO FISCAL

MEMBRO	POSIÇÃO
Jonathas Assunção Salvador Nery de Castro	Presidente do Conselho
Marcelo Sampaio Cunha Filho	
Márcio Santiago Câmara	Conselheiros titulares
Albérico Machado Mascarenhas	

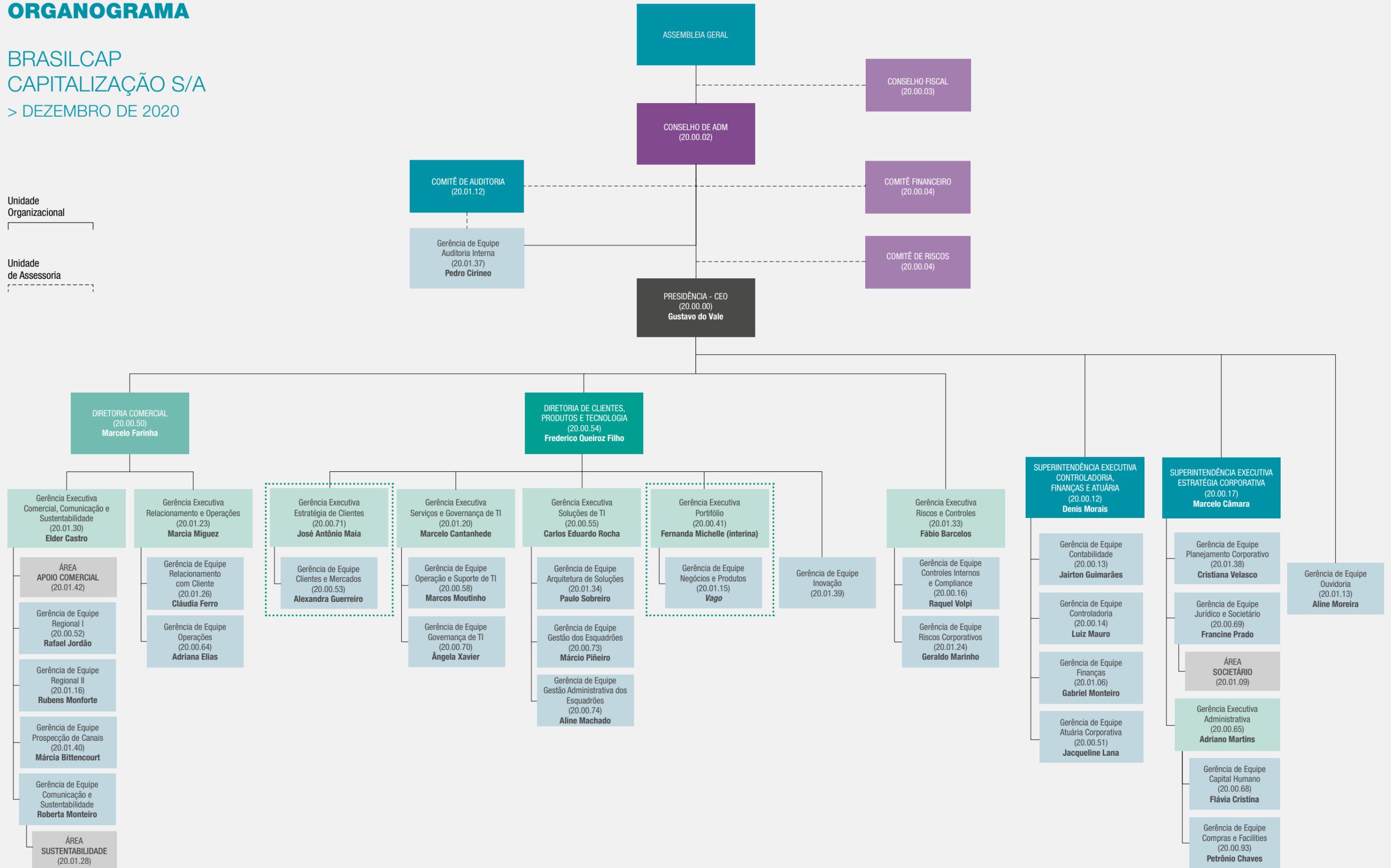
ORGANOGRAMA

BRASILCAP CAPITALIZAÇÃO S/A

> DEZEMBRO DE 2020

Unidade Organizacional

Unidade de Assessoria



DESEMPENHO EM 2020

GRI 103 | 201

Existem mais de 400 mil tipos de flores no nosso planeta e algumas são popularmente usadas para presentear, por sua fragrância ou beleza única.

Conta a lenda que mesmo após o Imperador romano Cláudio II proibir os casamentos, por acreditar que os solteiros eram melhores combatentes de guerra, um bispo chamado Valentim continuou celebrando as uniões. Quando descoberto, o bispo foi preso e condenado à morte. Enquanto permaneceu na cela, jovens enviavam-lhe flores e bilhetes com mensagens de que ainda acreditavam no amor.



Resultados foram positivos, apesar da pandemia.

No ano em que completou seu primeiro quarto de século de atividades, a Brasilcap obteve resultados positivos mesmo diante dos desafios trazidos pela pandemia. Houve melhora nos principais indicadores na comparação com 2019, o que ganha relevância ainda maior em vista da retração sofrida pela economia como um todo. A gestão financeira priorizou a manutenção do nível de liquidez e a captura de oportunidades de rentabilização de ativos, o que permitiu alcançar resultado financeiro superior ao do ano anterior.

A pandemia levou a um estado de emergência internacional decretado pela Organização Mundial da Saúde em janeiro de 2020. Desde março, o Brasil adotou diversas medidas de distanciamento social e restrição de atividades que afetaram todos os setores da economia. O segmento de capitalização não foi exceção. Os meses de março e abril registraram uma queda relevante no faturamento global do setor.



DESTAQUES DO DESEMPENHO

R\$ 4,8 bi
de faturamento total

R\$ 265,5 mi
resultado operacional, 56,6% maior que o de 2019

R\$ 158,8 mi
lucro líquido do ano, 57,4% superior ao de 2019

R\$ 239,1 mi
resultado financeiro, 24% maior que o de 2019

R\$ 8,3 bi
reservas técnicas, mesmo patamar de 2019

21%
participação da Brasilcap na receita total do mercado brasileiro de capitalização

Em maio, a Brasilcap iniciou uma estratégia de retomada do faturamento – considerando as adversidades do momento e os desafios enfrentados pelos clientes – que permitiu a recuperação quase completa das perdas dos primeiros meses. O mês de setembro teve o maior faturamento do ano (R\$ 574,3 milhões). Ao fim do exercício, mesmo com um faturamento menor, houve melhora no resultado operacional e no lucro líquido.

O ciclo de redução da taxa básica de juros da economia e dos níveis de inflação para patamares próximos à meta influenciou o comportamento do mercado. Mesmo diante do cenário desafiador, foi possível capturar oportunidades de investimento que contribuíram para um resultado financeiro positivo. O rendimento anual da carteira de investimentos foi de 8,50%, superando a meta reprogramada de 8,45%.

Em vista do cenário, a área financeira agilizou a implementação de processos digitais para liberação dos compromissos de pagamentos, aumentou o controle dos processos operacionais. Também prosseguiu o trabalho de automação e otimização das atividades de back-office e projeção.

A REAÇÃO À PANDEMIA

A Brasilcap buscou adaptar suas operações de acordo com três premissas básicas: cuidar dos colaboradores; estar ao lado dos clientes e da sociedade; e garantir a sustentabilidade da Companhia. Todos os esforços contemplaram a continuidade das atividades, de modo a não comprometer o desempenho e o atendimento aos clientes e parceiros.

Dentro do plano de Gestão da Continuidade de Negócios, a Brasilcap avaliou e testou periodicamente seus processos críticos durante a pandemia. Não houve necessidade de alteração significativa em qualquer operação, nem falhas detectadas nos sistemas de gestão empresarial. No dia a dia dos colaboradores, foi adotado o trabalho remoto (leia mais em Cultura organizacional), além da adequação de toda a comunicação interna para o momento.

Nas ações de comunicação, relacionamento e marketing, a estratégia foi alterada em função do momento sensível. Os contatos e as campanhas externas ganharam uma abordagem com mais empatia e positividade, buscando apoiar o cliente (leia mais na seção Clientes, em Portfólio e clientes).

A Companhia também contribuiu com o esforço coletivo para conter os impactos da pandemia, colaborando com projetos sociais durante os períodos mais críticos do distanciamento (leia mais em Atuação em sustentabilidade). No campo da responsabilidade social, ainda merece destaque o lançamento do Doadin, primeiro produto 100% digital da Brasilcap, que permite aos clientes contribuir para instituições sociais, dentro das regras da modalidade Filantropia Premiável (leia mais em Portfólio e clientes).



Destaque no prêmio Empresas Mais (O Estado de S. Paulo)

Como reconhecimento à excelência operacional demonstrada em um ano tão desafiador, o prêmio Empresas Mais, organizado pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, concedeu à Brasilcap o 2º lugar no ranking das melhores empresas financeiras de 2020 (categoria Capitalização). Foi o terceiro ano consecutivo em que a Companhia figura na premiação, que avalia o desempenho econômico e as práticas de gestão de mais de 1.500 empresas brasileiras para formular seu ranking.



Valor econômico gerado e distribuído

GRI 103-2, 103-3, 201-1

As metas relativas ao desempenho econômico em 2020 se referiam ao atingimento integral do orçamento previsto (vendas, custos operacionais, despesas administrativas, resultado financeiro e lucro líquido). O desempenho é acompanhado de

forma permanente pela área de realização orçamentária da Controladoria, com participação dos Comitês Financeiro, de Risco e de Auditoria, do Conselho Fiscal, das Auditorias Externa e Interna e do Conselho de Administração.

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO (R\$ MIL)¹

Distribuído	2018	2019	2020
Receitas	5.527.023,00	6.326.327,84	5.565.450,88

VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (R\$ MIL)

Distribuído	2018	2019	2020
Custos operacionais	5.338.030,00	6.154.618,00	5.299.065,61
Salários e benefícios de empregados	53.178,00	54.851,00	56.417,00
Pagamentos a provedores de capital	48.373,00	40.747,00	61.544,00
Pagamentos ao governo	109.372,00	94.755,87	133.860,00
Investimentos na comunidade	2.997,00	2.437,00	3.194,00
TOTAL	5.551.950,00	6.347.408,87	5.554.080,61

VALOR ECONÔMICO RETIDO (R\$ MIL)

Retido	2018	2019	2020
“Valor econômico direto” gerado menos “Valor econômico distribuído”	71.181,00	60.160,00	97.257,00

VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (%)

Distribuído	2018	2019	2020
Custos operacionais	96,15	96,96	95,41
Salários e benefícios de empregados	0,96	0,86	1,02
Pagamentos a provedores de capital	0,87	0,64	1,11
Pagamentos ao governo	1,97	1,49	2,41
Investimentos na comunidade	0,05	0,04	0,06
TOTAL	100,00	100,00	100,00

¹ Dados reconhecidos pelo regime de competência. Os critérios utilizados para valor econômico gerado e distribuído foram os das legislações vigentes e estatuto social da Brasilcap.

PORTFÓLIO E CLIENTES

PS1, PS2, PS3, PS4



As novidades em produtos e no relacionamento com o público.

Uma das empresas líderes do mercado brasileiro de capitalização, a Brasilcap há 25 anos mantém esforços contínuos de atualização de seus produtos de modo a acompanhar as demandas do público – além de zelar pela conformidade com o atual Marco Regulatório do setor, instituído em 2019. Os títulos da Companhia são comercializados diretamente pela Brasilcap, por meio dos canais de vendas do Banco do Brasil e em parcerias com outras empresas.

Oferecidos em diversas modalidades, propiciam soluções para pessoas físicas e jurídicas: acumulação de recursos, garantias contratuais (como fiança locatícia), realização de promoções e sorteios, doação para causas sociais, entre outras possibilidades. Um dos destaques do ano foi o lançamento do Doadin, produto da modalidade Filantropia Premiável comercializado inteiramente de forma digital.



A voz dos ganhadores

Cada ganhador dos sorteios dos títulos Brasilcap tem uma história inesquecível para contar. A Companhia convidou alguns deles para compartilhar suas experiências – como conheceram os produtos e a emoção por serem contemplados. Conheça algumas dessas histórias [clikando aqui](#).



DESTAQUES DO ANO

15,4 mil
títulos contemplados

R\$ 78,3 mi
distribuídos em sorteios

R\$ 690,2 mi
receitas líquidas com títulos de capitalização

PARABÉNS A VOCÊ
escolha C, Bb, G ou F

Tradicional Aut: Alexandre Zéni 1979

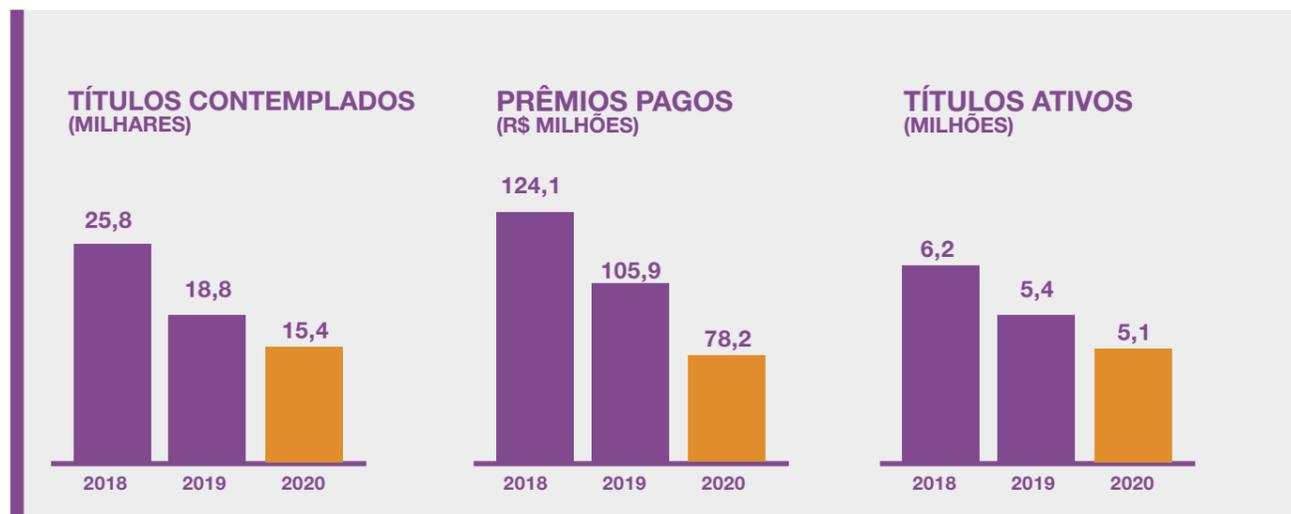


Bertha Celeste Homem de Mello

foi uma poetisa, farmacêutica e professora brasileira, autora da letra em português da canção **Parabéns a Você**, comumente cantada nos aniversários por todo o Brasil.

* Pindamonhangaba, 21/3/1902

† Jacareí, 16/8/1999



PORTFÓLIO 2020 GRI 102-2

Modalidade	Título	Características
Instrumento de Garantia	Cap Fiador	Com títulos de pagamento único e vigências de 12, 15 e 30 meses, funciona como garantia na hora de alugar um imóvel, dispensando fiador, análise de crédito ou comprovação de renda. Comercializado por corretores de seguros parceiros a pessoas físicas ou jurídicas
Tradicional	Ourocap	Direcionado a pessoas físicas do segmento varejo, com planos de contribuição única (com vigência de 36 e 48 meses) e planos de pagamentos mensais (com vigências de 36, 48 e 60 meses), e pagamento periódico (vigência de 36 meses), concorrendo a sorteios ao longo da vigência
Tradicional	Ourocap Negócios	Título de pagamento único, direcionado a pessoas jurídicas do Banco do Brasil, disponível por débito em conta corrente ou em conta poupança do Banco do Brasil e por meio dos cartões de crédito do Banco, podendo ser contratado pelo gerenciador financeiro BB, internet banking, caixas eletrônicos ou em uma agência do Banco do Brasil
Filantropia Premiável	Doadin	Título de pagamento único, comercializado diretamente pela Brasilcap, através do site https://vendas.doadin.com.br/ . Seu resgate é destinado à doação para a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD)
Filantropia Premiável	Parcela Premiável	Título de pagamento único que pode ser adquirido em conjunto com financiamentos da BV. O resgate é destinado integralmente à AACD
Popular	PostalCap	Produto de pagamento único no qual os clientes concorrem a prêmios instantâneos e a sorteios especiais ao longo de 12 meses de vigência. Disponível nas agências físicas dos Correios
Incentivo	Promocap	Títulos de capitalização de pagamento único, comercializados pela Brasilcap a pessoas jurídicas que desejam promover aos seus clientes participação em sorteios



Mais de 18 mil profissionais da força de vendas passaram por treinamentos e capacitações em 2020

Para entender mais sobre as modalidades dos títulos de capitalização no mercado, consulte o [site da Susep](#). Todo o portfólio da Brasilcap passa por um processo de aprovação da Susep antes de ser lançado publicamente. Isso garante a conformidade de todos os produtos às normas pertinentes. Os regulamentos de todos os títulos estão disponíveis à consulta pública no portal da Brasilcap (na seção Produtos), complementados por textos e vídeos informativos e demais materiais promocionais.

O desenvolvimento de novos produtos inclui a observação de todas as políticas e normas internas da Companhia, com atenção especial à Política Institucional de Conduta e Relacionamento e à Norma de Desenvolvimento de Produto. Por sua vez, os produtos já disponíveis no mercado são

submetidos a auditorias internas para verificação de sua conformidade aos critérios do órgão regulador e demais aspectos legais.

GRI FS15

As diretrizes para seguimento e cumprimento de procedimentos são publicadas em legislações da Susep, o órgão regulador. Atualizações periódicas nas normas da Susep e nas políticas internas são comunicadas aos colaboradores de todas as áreas, o que inclui treinamentos específicos para a força de vendas no caso de mudanças nos normativos que regem a comercialização dos produtos. **GRI FS4**

A Brasilcap promoveu reuniões de acompanhamento de performance e capacitações (presenciais, antes da pandemia, e remotas) voltadas à força de vendas, de modo a melhorar a experiência dos clientes com os produtos da Companhia. Um total de 18.405 profissionais – 15.760 colaboradores da rede bancária, 2.041 de correspondentes bancários e 604 de corretoras de seguros – participaram das iniciativas. **GRI FS5**



Parceria Promotiva

Desde 2019, os produtos Ourocap também são oferecidos por meio da Promotiva, uma rede de correspondentes bancários formada em parceria entre o Banco do Brasil e o Banco Votorantim. Em 2020, o volume de negócios da Companhia via Promotiva aumentou 131% em relação ao ano anterior, com um crescimento de cerca de 20% no número de correspondentes participantes.



A linha Ourocap foi simplificada, com a manutenção dos produtos mais procurados pelos clientes

OUROCAP

Mais tradicional produto de capitalização do mercado, o Ourocap, comercializado a clientes do Banco do Brasil, destina-se a pessoas físicas e jurídicas que desejam diversificar sua formação de reservas financeiras e, ao mesmo tempo, concorrer a premiações em sorteios. Principal linha da Companhia (responsável em 2020 por 88,5% da arrecadação total), os títulos Ourocap nasceram com a Brasilcap e também completaram 25 anos de vida. O marco histórico foi celebrado com uma campanha publicitária (leia mais em Portfólio e clientes) que relembrou histórias memoráveis envolvendo o produto.

Em 2020, as metas de retenção e de ativação dos clientes Ourocap foram atingidas. Uma simplificação no portfólio, baseada em análises de comportamento dos clientes, aliada à estratégia da Companhia, manteve em oferta apenas os títulos mais consumidos pelos clientes. Nos produtos de pagamento único, houve o direcionamento dos clientes pessoa física para o portfólio varejo e a inclusão de produtos com novos prazos de vigência e pagamento periódico, antes só disponíveis para pessoas jurídicas.

Um workshop conjunto entre a Brasilcap e a BB Seguros procurou reavaliar a proposta de valor dos produtos Ourocap, debatendo ideias a serem testadas com os clientes. Como parte desse trabalho, a Companhia buscou melhorias na jornada de contratação e pós-venda para uma abordagem digital.

DOADIN GRI FS7

O Doadin é o primeiro produto 100% digital da Brasilcap – comercializado exclusivamente por meio do [site de venda direta](#). Dentro das regras da modalidade Filantropia Premiável, permite a seus compradores doar o valor integral do resgate do título à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), parceira da Brasilcap desde 2014.

Por meio das contribuições feitas à AACD, o Doadin se insere no pilar social da atuação da Brasilcap sobre os temas ASG. É um exemplo de produto de capitalização com viés de responsabilidade social, que cumpre uma dupla função: além de oferecer prêmios, exerce um impacto positivo real sobre um grupo social vulnerabilizado.

Título de pagamento único com vigência de dois meses, o Doadin foi desenvolvido em 2019. Depois de um lançamento em formato piloto, foi disponibilizado de forma ampla a partir de abril de 2020. Os clientes ainda concorrem a prêmios instantâneos e ao sorteio de até R\$ 25 mil durante a vigência.

CAP FIADOR

Comercializado por meio de parcerias com corretoras de seguros especializadas em soluções para o setor imobiliário, o Cap Fiador é um título de capitalização que substitui a figura do fiador e de recursos como o depósito caução e o seguro fiança. De modo ágil e descomplicado, o produto apresenta vantagens tanto para o inquilino quanto para o proprietário na celebração de contratos de locação imobiliária, dentro das regras da modalidade Instrumento de Garantia.

Oferecido em 2020 por uma rede parceiros, o Cap Fiador registrou um aumento de 13,5% nas vendas na comparação com o ano anterior. Entre as evoluções obtidas no ano, destacou-se a implementação de ferramentas de business process outsourcing (BPO), visando melhorar a gestão da documentação de venda e do atendimento pós-venda, além de aumentar a satisfação de clientes e parceiros.

Em alinhamento com os objetivos estratégicos de encantar o cliente, ter excelência em gestão e otimizar os resultados obtidos fora dos canais BB, definidos para o período 2021-2023, a gestão do Cap Fiador é aprimorada de forma contínua. A digitalização cada vez mais ampla dos processos vai proporcionar ganhos em produtividade (nas vendas e no pós-venda), aumento da capacidade para novos negócios e melhoria na satisfação dos clientes e parceiros.



O Doadin, título da modalidade Filantropia Premiável, é o primeiro produto Brasilcap oferecido de forma 100% digital

PARCELA PREMIÁVEL

O Parcela Premiável é disponibilizado em parceria com a BV (aos clientes que contratam financiamentos junto à parceira). Assim como o Doadin, o produto da modalidade Filantropia Premiável possibilita o repasse integral do valor do resgate para a AACD. É mais um produto que amplia a atuação da Brasilcap sobre os aspectos ASG de suas atividades, beneficiando centenas de famílias apoiadas pela Associação.

Os clientes recebem cinco “números da sorte” com os quais concorrem a dois prêmios mensais durante o prazo de vigência do título.

POSTALCAP

O PostalCap é um título da modalidade Popular, com pagamento único, oferecido nas agências dos Correios. O comprador concorre a prêmios instantâneos, a sorteios realizados aos sábados no primeiro mês de vigência e a outros dez prêmios no sorteio especial (no primeiro sábado do último mês de vigência).

PROMOCAP

Por meio do Promocap, pessoas jurídicas podem realizar promoções e sorteios de produtos e serviços: a empresa adquire séries de títulos de capitalização e cede a seus clientes o direito de participar dos sorteios. Os diferenciais oferecidos pelo Promocap incluem os potenciais ganhos no aumento da base de clientes das empresas e da fidelização do público, a possibilidade de impulsionar vendas com promoções e o uso como ferramenta de incentivo e reconhecimento aos funcionários – entre outras formas de geração de valor para as empresas contratantes.

As regras de cada produto são definidas pela própria empresa, e a Brasilcap se encarrega de pagar os prêmios. O Promocap facilita todo o processo de entrega das premiações, pois, entre outros fatores, a Brasilcap credita os valores sorteados em conta corrente ou poupança em qualquer banco no território nacional.



Clientes

No início de 2020, a Brasilcap iniciou o projeto de migração de plataforma de gestão de relacionamento com clientes (CRM), que tem como objetivo proporcionar um relacionamento mais assertivo na jornada dos clientes. No decorrer do ano, outras ações estratégicas se destacaram: a aceleração do uso dos canais digitais na venda e no pós-venda; estudos comportamentais dos consumidores; e a revisão das ações de régua de relacionamento.

Em 2020, a Brasilcap manteve um total de 3,6 milhões de clientes ativos. Em adequação à Resolução CNSP 382, a Companhia publicou a Política Institucional de Conduta e Relacionamento com Clientes, disponível

ao público em seu site, com diretrizes para a comunicação e atendimento, bem como a condução da Brasilcap no decorrer do ciclo de vida de seus produtos. A nova Política também aborda a privacidade das informações fornecidas pelos clientes, de forma a preservar sua integridade e obedecer aos padrões de segurança, confidencialidade e privacidade sempre em conformidade com a legislação vigente no País (leia mais em Governança corporativa).

Tais iniciativas estão fundamentadas no objetivo da Brasilcap em encantar o cliente e alinhadas ao seu Planejamento Estratégico, considerando as tendências de consumo e diretrizes de mercado.

PESQUISAS COM OS CLIENTES

GRI 102-43, 102-44

Durante 2020, a Brasilcap reforçou o compromisso de valorizar a opinião dos clientes dentro dos processos de melhoria contínua de produtos e de serviços. Nesse contexto, foram realizadas pesquisas com clientes detentores do Ourocap, Cap Fiador, PostalCap e Doadin.

Os resultados das pesquisas, avaliados internamente de forma multidisciplinar, subsidiaram a revisão nos processos das áreas, com o objetivo de oferecer a melhor experiência para os clientes.

A Brasilcap realizou suas pesquisas qualitativas de forma remota (online), se adequando ao cenário de isolamento social e preservando a integridade dos seus clientes. Com essa nova abordagem, foi possível ampliar a abrangência geográfica sobre a percepção dos consumidores.

Especificamente nas pesquisas de satisfação/recomendação, a Brasilcap intensificou a periodicidade de mensuração, alterando a metodologia aplicada nos anos anteriores. A Companhia passou a utilizar como referência o indicador Net Promoter Score (NPS).

SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO

Durante o distanciamento social provocado pela pandemia, os canais de atendimento ao cliente tiveram que se adaptar para garantir a continuidade dos serviços. Os fornecedores da central de relacionamento migraram suas operações dos locais habituais (grandes sítios de atendimento, com centenas de estações de trabalho e infraestrutura), para as casas dos seus funcionários. A mudança foi feita em um tempo muito curto, com um mínimo de impacto para os clientes.

Como consequência, durante o período de transição, houve a redução de apenas 1 ponto percentual no índice de satisfação do cliente com o atendimento recebido no SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente), provocado principalmente devido ao tempo de

espera para ser atendido. O desempenho anterior foi retomado logo após a operação concluir a migração e se adequar à nova rotina de trabalho.

As frentes de comunicação com o público – publicidade, redes sociais, assessoria de imprensa e outras – buscaram um tom mais humanizado. A mudança incluiu a criação de e-mails marketing e conteúdos para o site e para as redes com foco na saúde mental, abordando os desafios da pandemia e a conexão entre a Companhia e seus clientes.

A meta de satisfação para 2021 é de 80%; a redução do patamar esperado se deve ao processo de implantação do novo sistema de CRM, o que pode elevar o tempo dispendido nas tarefas de atendimento enquanto os operadores cumprem a curva de aprendizado da plataforma.

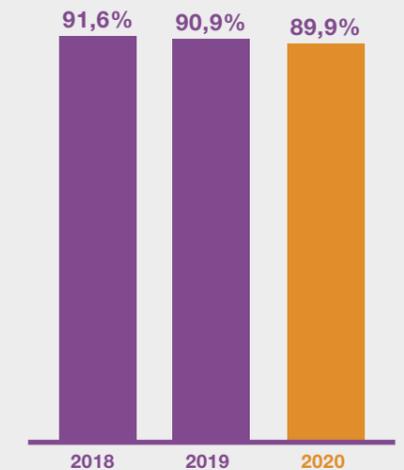
A Companhia objetiva em 2021 aprimorar a régua de relacionamento com os clientes à luz dos resultados obtidos nas pesquisas de 2020. Outras iniciativas previstas são implantação à nova solução de CRM; o aperfeiçoamento da metodologia de pesquisa de satisfação e recomendação; evolução na estruturação e análise dos dados (analytics), evidenciando o cliente no centro das decisões estratégicas.



Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente

Pela primeira vez, a Brasilcap foi uma das vencedoras do Prêmio Consumidor Moderno, que desde 2000 reconhece a excelência na gestão de clientes em vários segmentos da economia. Na 21ª edição do evento, realizada em julho de 2020, a Companhia recebeu o prêmio na categoria Previdência e Capitalização. Promovido pela revista *Consumidor Moderno*, o prêmio avalia todo o processo de relacionamento entre as empresas e seus clientes, incluindo práticas de atendimento, indicadores de satisfação e de resolução de queixas.

SATISFAÇÃO DO CLIENTE COM O ATENDIMENTO PRESTADO (%)



CANAIS DE RECLAMAÇÃO E DENÚNCIAS GRI 102- 44, 103-2

Em 2020, 528 ocorrências (queixas) foram encaminhadas à Ouvidoria Brasilcap – 323 das ocorrências via canal direto, 156 por meio do Reclame Aqui e 49 via Consumidor.Gov. São reclamações diversas registradas por clientes ou por seus representantes legais, que recorrem ao canal em casos de insatisfação com respostas recebidas em outros canais de relacionamento, ou que buscam diretamente na Ouvidoria uma solução definitiva.

As demandas são relacionadas a características dos produtos, como carência para resgate, prazo de recebimento do valor (resgate final, antecipado), processo de pagamento aos beneficiários, em caso de falecimento do titular e valor de rendimento, entre outras.

Todas as queixas passam pelo mesmo processo de atendimento, com a classificação da procedência da demanda (quando a reclamação é fundamentada, pautada na descrição das condições gerais do produto, alguma falha operacional ou alguma característica inerente ao título de capitalização).

A demanda é classificada como improcedente quando a ocorrência não tem fundamentos específicos para sua abertura – com a demonstração de que não houve descumprimento de dispositivos legais, contratuais ou de relações de negócios.

Durante 2020, 28% das demandas foram consideradas procedentes. A Ouvidoria realizou proposição de melhoria, incluindo sugestão de modificações nos procedimentos e processos internos, assim como sinalizações de adequações em sistemas, com vistas à melhoria da qualidade dos serviços.

As queixas recebidas na Central de Relacionamento incluem reclamações sobre atendimento, cancelamento, clientes com cadastro irregular, contratação, correspondência, envio de formulário, estorno, óbito, parcela, produto, promoção, recomeço, resgate, saldo e sorteio.

Na Central de Relacionamento, as reclamações são tratadas durante a própria ligação ou conduzidas ao segundo nível de atendimento para uma avaliação. Toda reclamação deve ser atendida em até cinco dias úteis, conforme estabelecido pelo Decreto-lei 6523/2018. Em 2021, a Brasilcap irá analisar suas redes sociais e avaliar se cabe incluir informações referentes a queixas feitas em suas mídias sociais nesse indicador.



A partir das demandas recebidas, a Ouvidoria da Brasilcap formula propostas de melhorias nos procedimentos internos, para elevar a qualidade dos serviços

QUEIXAS EM 2020

Mecanismos de queixa	Ouvidoria	Central	Canal de Ética ¹
Número de queixas identificadas por meio do mecanismo	528	10.066	N/D
Número de queixas endereçadas	528	6.088	N/D
Número de queixas resolvidas	532	10.004 ²	N/D
Número de queixas registradas antes do período coberto pelo relatório e resolvidas no decorrer deste período	4	40	N/D

¹ Com o objetivo de potencializar a estrutura na gestão da ética, a Brasilcap realizará ações de revisão dos normativos de Ética e Conduta para maior alinhamento com o tema material Governança e transparência. Dessa forma, os dados serão reportados após esse diagnóstico.

² Esse número ficou maior do que o de queixas endereçadas devido à soma das queixas registradas em 2019 e resolvidas em 2020 e a problemas sistêmicos (queda de serviço durante o envio); 3 solicitações canceladas e 99 solicitações ficaram represadas entre o primeiro e o segundo nível de atendimento. Por uma limitação do sistema, essas solicitações não puderam ser concluídas, permanecendo com o status de "nova", mesmo após seu tratamento. Assim, novas solicitações foram criadas com novos números para atender e tratar as necessidades dos clientes.



Ações de comunicação e relacionamento

PS2

Entre as ações de comunicação voltadas aos clientes da Brasilcap em 2020, houve os seguintes destaques:

CAMPANHA OUROCAP 25 ANOS

Em outubro, os 25 anos de história do Ourocap foram celebrados com uma campanha publicitária ("Quem Acredita, Realiza") que incluiu anúncios em televisão e mídia digital, e uma campanha de endomarketing ("Ourocap 25 Anos – Construindo Histórias com Você"), voltada aos funcionários de toda a Rede BB, que foram estimulados a contar memórias divertidas e emocionantes envolvendo o Ourocap. Ainda como parte da comemoração, o Ourocap realizou em dezembro um sorteio especial com o maior valor de sua história: R\$ 25 milhões. O sorteio especial se repetirá em todo mês de dezembro, enquanto houver títulos vigentes.

Observando os direcionadores estratégicos da Brasilcap, é possível avaliar que o esforço de comunicação e a estratégia da campanha de mídia estiveram alinhados a duas importantes diretrizes da Companhia – o resultado financeiro e o desenvolvimento da base de clientes.

CONSELHO DE CLIENTES OUROCAP GRI 102-43, 102-44

O Conselho de Clientes Ourocap se reuniu em 2020. A iniciativa objetiva dar voz aos consumidores dos títulos Ourocap, de forma integrada ao objetivo estratégico de encantar os clientes. O Conselho busca conhecer as percepções dos usuários a respeito dos produtos, da estratégia de venda e comunicação e do engajamento com a Brasilcap no pós-venda.

Em 2020, o grupo de clientes foi selecionado exclusivamente entre pessoas que adquiriram o Ourocap por canais digitais (aplicativos e internet banking), que discutiram as características dos títulos e sua satisfação com a compra.

As conclusões, colhidas e analisadas por um instituto de pesquisa, subsidiaram propostas de melhorias nos serviços e nos produtos.

SETEMBRO: A SEMANA BRASIL E A SEMANA DO CLIENTE

Em setembro, duas ações promocionais movimentaram a força de vendas: a Semana Brasil e a Semana do Cliente, como forma de estimular a disciplina financeira por meio de descontos e benefícios especiais de empresas para consumidores. Essas ações atingiram a venda de 75.402 títulos pagos e contribuíram para que setembro fosse o mês de maior faturamento do ano (R\$ 574 milhões). A campanha, voltada ao Ourocap, promoveu a importância do título de capitalização para a formação de reservas financeiras para a população, além da vantagem de concorrer a sorteios.

BLACK FRIDAY BB

A Black Friday BB, realizada de 23 a 29 de novembro, contou com a participação da Brasilcap, oferecendo benefícios extras para os clientes do Ourocap. Os títulos adquiridos durante a semana garantiam pontos do programa de vantagens Nível para seus compradores. Os clientes também ganharam números para concorrer na promoção Malucos Por Pontos, que promoveu o sorteio de cinco prêmios de 1 milhão de pontos Nível. A Brasilcap emitiu cerca de 27 mil títulos no período, resultado do impulsionamento das vendas do Ourocap PU 36 e PU 48.

PRESENÇA NA IMPRENSA GRI FS5, PS4

Ao longo de 2020, a Brasilcap foi tema de 93 reportagens em veículos de comunicação – quase uma publicação a cada quatro dias do ano, ou praticamente duas por semana. Levantamento da consultoria especializada em assessoria de imprensa contratada pela Companhia constatou que todas as menções (incluindo veículos impressos e online, rádios, televisão e mídias sociais) tiveram caráter positivo, impactando acionistas, clientes e a sociedade em geral.

A Companhia cumpriu a meta anual relacionada à divulgação na imprensa, com destaque para reportagens sobre o lançamento do Doadin, o sorteio de R\$ 25 milhões da campanha Ourocap 25 anos e as doações realizadas para mitigar os impactos da pandemia (leia mais em [Atuação em sustentabilidade](#)).

CULTURA ORGANIZACIONAL

GRI 102-8

O ato de **bater as palmas das mãos** em sinal de aprovação tem origem desconhecida, mas existe há pelo menos 3 mil anos. Nessa época, o gesto era essencialmente religioso, um barulho destinado a chamar a atenção dos deuses. O costume chegou ao Império Romano, onde passou a ser comum nos discursos políticos. Dali, espalhou-se para o resto do mundo.

No entanto, bater palmas para marcar o ritmo de uma música é provavelmente um costume muito mais antigo.



Valorização do público interno incluiu cuidados com a saúde e o bem-estar.

Consolidados no decorrer de 25 anos de história, os Valores da Brasilcap – adaptabilidade, comprometimento, excelência e inovação – se refletem na gestão de pessoas na Companhia e nas competências desejadas e estimuladas junto à força de trabalho. A estratégia da empresa inclui a construção conjunta da melhor experiência para os talentos internos e a busca pela excelência nos processos. A Política Corporativa de Capital Humano contém os princípios que

direcionam ações voltadas à atração, ao desenvolvimento, ao reconhecimento e à retenção dos colaboradores.

Ao fim de 2020, a Companhia contava com 224 colaboradores, incluindo estagiários, jovens aprendizes e diretores estatutários, e outros 228 terceirizados que desempenham serviços auxiliares (recepção, TI, central de atendimento). Toda a força de trabalho se concentra na região Sudeste.



Trabalho durante a pandemia

O cuidado com os colaboradores foi o foco principal das medidas tomadas contra o novo coronavírus. Mesmo antes da decretação de estado nacional de emergência pelo Senado Federal (em 20 de março de 2020), a Brasilcap iniciou a transição para o trabalho remoto. Em 23 de março, todo o corpo funcional da Companhia já estava em esquema excepcional de trabalho remoto, nos parâmetros do plano de Gestão da Continuidade de Negócios e Crises. O quadro de pessoal foi preservado, não havendo demissões em decorrência da pandemia, bem como não houve reduções nem cortes em remunerações e benefícios.

Com a criação do Programa de Apoio Pessoal, a área de Capital Humano buscou acompanhar a adaptação dos colaboradores à nova realidade. Dentro do Programa de Saúde e Qualidade de Vida, além de evidenciar que o plano de saúde da empresa possui o atendimento virtual, inclusive de psicólogos, uma série de conteúdos orientativos em texto e em vídeo foi divulgada, abordando temas como ginástica laboral,

ergonomia, dicas de saúde física e mental e guias práticos para ajudar a manter o foco durante o trabalho remoto.

Entre as medidas complementares, destacaram-se a antecipação do pagamento dos valores-refeição e alimentação e a oferta de testes gratuitos de detecção do coronavírus, por meio do plano de saúde empresarial. Foram registrados poucos casos da doença entre os colaboradores, nenhum deles com gravidade.

A pandemia não impediu que os colaboradores comemorassem o 25º aniversário da Brasilcap, em julho. A festa planejada aconteceu de forma virtual, durante todo o mês e com o gran finale em uma live com a participação de mais de 200 pessoas (cerca de 90% do total do público interno), que incluiu bate-papo no “Café com o presidente”, discursos da liderança, depoimentos de colaboradores, participação de influencers como mestres de cerimônia e kit personalizado com taças, espumante e bolo – entregue na residência de cada um.

INDICADORES DE RECURSOS HUMANOS (2020)

EMPREGADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO E GÊNERO

Tipo de contrato	2018			2019 ¹			2020 ²		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Determinado ³	0	0	0	2	2	4	5	4	9
Indeterminado	104	107	211	119	104	223	117	98	215
TOTAL	104	107	211	121	106	227	122	102	224

¹ Em 2019, os números de empregados reportados consideram os reconhecidos no Caged (relatório periódico legal), que reflete os empregados regidos pela CLT e os jovens aprendizes, e, a partir deste relato, a Brasilcap passa também a reportar os estatutários. Não fazem parte desta tabela os estagiários e terceiros.

² Em 2020, para maior transparência em relação à sua força de trabalho, a Brasilcap passou a reportar também informações referentes a estagiários.

³ Os contratos por tempo determinado incluem os jovens aprendizes e estagiários, conforme legislação vigente.

EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO

Tipo de contrato	2018			2019			2020		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	104	107	211	119	104	223	117	98	215
Jornada parcial	0	0	0	2	2	4	5	4	9
TOTAL	104	107	211	121	106	227	122	102	224

EMPREGADOS POR FAIXA ETÁRIA

	2018	2019	2020
< 30 anos	33	24	26
De 30 a 50 anos	136	148	141
> 50 anos	42	55	57
TOTAL	211	227	224

EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL

	2018	2019	2020
Diretoria	0	3	3
Gerência	34	34	33
Administrativo	171	180	172
Operacional	6	6	7
Aprendizes	0	4	4
Estagiários	-	-	5
TOTAL	211	227	224

INDIVÍDUOS DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA

	2018	2019	2020
Conselho de Administração	10	12	12
Conselho Fiscal	8	5	7
Comitê de Auditoria	3	3	3
Comitê Financeiro	10	12	12
TOTAL	31	32	33



DESTAQUES NA GESTÃO DAS PESSOAS

TREINAMENTO E EDUCAÇÃO

GRI 103-2, 103-3

Com seu Programa de Desenvolvimento, a Brasilcap prioriza a capacitação com foco na elevação de performance e no alcance e superação de melhores resultados, com ações voltadas aos colaboradores e às equipes. Em 2020, 95,98% (95,08% dos homens e 97,06% das mulheres) passaram por avaliações de desempenho e desenvolvimento de carreira; um total de nove empregados e estagiários não foram avaliados (membros estatutários da Diretoria, afastados por motivo de saúde ou recém-admitidos). **GRI 404-3**

Os treinamentos são realizados por meio da AtivaMente, a plataforma de educação corporativa da Brasilcap – que em 2020 foi revisada para ampliar as novas possibilidades de interação e aprendizado, inclusive por meio do compartilhamento de conteúdos

pelos próprios colaboradores. Há também o estímulo à participação em eventos e cursos externos e o incentivo ao protagonismo do colaborador em busca do autodesenvolvimento.

Entre os destaques do ano, houve a criação de uma trilha de capacitação voltada ao trabalho remoto para todos os colaboradores e uma trilha exclusiva para liderança a distância, além da publicação de orientações e cuidados de saúde durante a pandemia. A formação voltada à inovação (leia mais em *Inovação*) superou a meta de atingir 75% dos colaboradores. Outros treinamentos abordaram as seguintes temáticas: diretrizes para uma avaliação de competências mais assertiva; os impactos da nova Lei Geral de Proteção de Dados; Conduta e Relacionamento com os clientes, além do programa de aprendizagem contínua em Integridade e Compliance, que inclui temas voltados para anticorrupção.

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

	2018	2019	2020
Homens	14,89	9,29	10,45
Mulheres	15,04	8,20	10,40
TOTAL	14,96	8,78	10,43

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL¹

	2018	2019	2020
Diretoria	6,75	6,49	2,58
Gerência	30,64	13,61	9,28
Administrativo	12,64	7,73	10,95
Operacional	2,83	8,78	1,73
Aprendizes	7,50	10,23	9,92
Estagiários	-	-	8,68
TOTAL	14,96	8,66	10,43

¹ Em 2020, para maior transparência em relação à sua força de trabalho, a Brasilcap passou a reportar também informações referentes a estagiários.

REORGANIZAÇÃO E NOVA DIRETORIA EM 2021

GRI 102-10

Em 2020, uma reestruturação do organograma da Brasilcap foi planejada e inicialmente implementada. Destacam-se, as ativações da Gerência Executiva de Estratégia de Clientes e da Gerência de Equipe de Inovação. Para 2021, o planejamento aponta a criação da gerência de Privacidade e Proteção de Dados para administrar importantes temas que incluem a LGPD, ajustes nas gerências de equipes de Portfólio e Novos Negócios vinculadas à executiva de Modelos de Negócio, bem como a criação de uma diretoria para centralizar as áreas de Controladoria, Finanças, Contabilidade e Atuária Corporativa.

Todas essas mudanças são reflexo do processo de design estratégico desenvolvido em 2019 e em constante evolução. O trabalho compreende a revisão da estrutura organizacional, alçadas e competências e a arquitetura de governança.

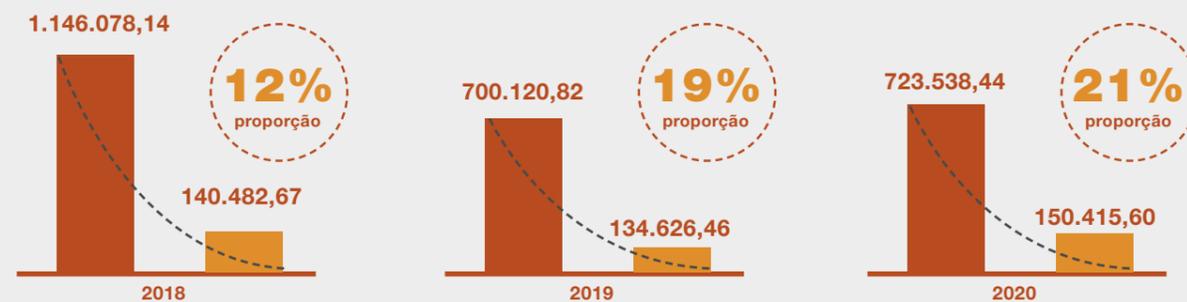
PARTICIPAÇÃO NOS RESULTADOS

Revisada em 2019, a nova metodologia de participação nos resultados passou a ser aplicada em 2020. A recompensa variável é apurada anualmente e passou a ser ainda mais atrelada aos resultados corporativos, com distribuição de valores diretamente proporcionais aos resultados da Companhia no período. A ideia é partilhar efetivamente o crescimento da Brasilcap com o público interno. Ainda em 2020, iniciaram-se estudos para uma atualização completa da arquitetura de remuneração.



Em 2020, um novo critério de remuneração variável buscou partilhar o crescimento da Companhia com os funcionários

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



LEGENDA:

- MAIOR REMUNERAÇÃO PAGA
- REMUNERAÇÃO MÉDIA ANUAL PARA TODOS OS EMPREGADOS

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

PROPORÇÃO DO AUMENTO PERCENTUAL NA REMUNERAÇÃO TOTAL ANUAL

Remuneração	2018		2019		2020	
	Remuneração	Aumento %	Remuneração	Aumento %	Remuneração	Aumento %
Maior remuneração paga	1.146.078,14	-	700.120,82	-38,91%	723.538,44	3,34%
Remuneração total anual para todos os empregados	1.146.078,14	-	134.626,46	-4,17%	150.415,60	11,73%
PROPORÇÃO				9,33		0,29

DIVERSIDADE GRI 103-2, 103-3, 405-1

A Brasilcap segue procedimentos e critérios justos e éticos em sua gestão de pessoas, sem distinção de raça, cor, credo religioso, sexo, orientação sexual ou idade em seu quadro funcional. A diversidade é incentivada no público interno, com devido

respeito aos requisitos mínimos para as funções. Essas diretrizes constam na Política Corporativa de Capital Humano, disponível a todos os colaboradores para consulta na intranet da Brasilcap – e também reforçam a atuação da Companhia no pilar social dos aspectos ASG.

POR FAIXA ETÁRIA

Ano	Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por faixa etária (%)			Conselho de Administração		
	< 30 anos	De 30 a 50 anos	> 50 anos	< 30 anos	De 30 a 50 anos	> 50 anos
2018	< 30 anos	De 30 a 50 anos	> 50 anos	0,00	60,00	40,00
	Total	100,00				
	2019	< 30 anos	De 30 a 50 anos	> 50 anos	0,00	58,33
2020	< 30 anos	De 30 a 50 anos	> 50 anos	0,00	66,67	33,33
	Total	100,00				

POR GÊNERO

Ano	Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por gênero (%)		Conselho de Administração	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
2018	Homens	Mulheres	80,00	20,00
	Total	100,00		
	2019	Homens	Mulheres	83,33
2020	Homens	Mulheres	83,33	16,67
	Total	100,00		

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%)

Categoria	2018		2019		2020	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Diretoria	100,00	0	100,00	0	100,00	0
Gerência	52,94	47,06	58,82	41,18	54,55	45,45
Administrativo	48,54	51,46	51,67	48,33	54,07	45,93
Operacional	50,00	50,00	50,00	50,00	42,86	57,14
Aprendizes	75,00	25,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Estagiários ¹	-	-	-	-	60,00	40,00
TOTAL	50,68	49,32	53,30	46,70	54,46	45,54

¹ Em 2020, para maior transparência em relação à sua força de trabalho, a Brasilcap passou a reportar também informações referentes a estagiários.

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA (%)¹

Categoria	2018			2019			2020		
	< 30 anos	30 a 50 anos	> 50 anos	< 30 anos	30 a 50 anos	> 50 anos	< 30 anos	30 a 50 anos	> 50 anos
Diretoria	0,00	25,00	75,00	0,00	33,33	66,67	0,00	33,33	66,67
Gerência	0,00	58,82	41,18	0,00	52,94	47,06	0,00	54,55	45,45
Administrativo	16,96	67,25	15,79	11,11	71,11	17,78	9,83	69,94	20,23
Operacional	0,00	16,67	83,33	0,00	14,29	85,71	0,00	16,67	83,33
Aprendizes	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	0	0
Estagiários ¹	-	-	-	-	-	-	100,00	0	0
TOTAL	15,07	63,47	21,46	10,57	65,20	24,23	11,61	62,95	25,45

¹ Em 2020, para maior transparência em relação à sua força de trabalho, a Brasilcap passou a reportar também informações referentes a estagiários.

EMPREGADOS NEGROS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%)¹

	2018			2019			2020		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Diretoria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gerência	0,00	6,25	2,94	0,00	7,14	2,94	0,00	6,67	3,03
Administrativo	4,82	4,55	4,68	3,23	4,60	3,89	4,30	5,06	4,65
Operacional	0,00	66,67	33,33	0,00	66,67	33,33	0,00	50,00	28,67
Aprendizes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estagiários ¹	-	-	-	-	-	-	0,00	0,00	0,00
TOTAL	3,60	6,48	5,02	3,60	6,48	5,02	3,28	6,86	4,91

¹ Em 2020, para maior transparência em relação à sua força de trabalho, a Brasilcap passou a reportar também informações referentes a estagiários.

EMPREGADOS PCD¹, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%)

	2018			2019			2020		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Diretoria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gerência	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Administrativo	3,61	2,27	2,92	3,23	3,45	3,33	3,23	3,80	3,49
Operacional	66,67	0,00	33,33	66,67	0,00	33,33	0,00	50,00	28,57
Aprendizes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estagiários ²	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	4,50	1,85	3,20	4,13	1,32	3,53	2,46	2,23	3,57

¹ Pessoas com deficiência.



Gestão de fornecedores

GRI 103-2, 103-3, PS2

Os processos de aquisição de bens, insumos e contratação de serviços são realizados em conformidade com os princípios e condutas previstos no Código de Ética e na Política Anticorrupção da Brasilcap. Questões ambientais, sociais e de governança (ASG) e a observância de legislações aplicáveis também são consideradas. Em cada contratação, um colaborador é designado como responsável por acompanhar as atividades contratadas. O processo de contratação inclui consultas ao Portal da

Transparência, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e ao Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS).

Para serem cadastrados, os fornecedores devem cumprir as exigências da Brasilcap referentes à prevenção da lavagem de dinheiro, combate à corrupção e a fraudes, além de aplicarem treinamentos sobre esses temas. Todos os contratos possuem cláusulas que remetem à regularidade tributária, previdenciária e trabalhista.



Inovação

Para contratações com valores acima de R\$ 500 mil, também são exigidas comprovações de que o fornecedor mantém programas de controle médico de saúde ocupacional (PCMSO) e de prevenção de riscos ambientais (PPRA) e declarações de inexistência de trabalho análogo ao escravo e da exploração de mão de obra infantil.

Em 2020, 19 contratações acima de R\$ 500 mil (correspondentes a 3,4% do total de contratos firmados no ano) foram analisadas segundo os critérios acima. Não foram identificados fornecedores causadores de impactos sociais negativos, reais ou potenciais. **GRI 414-2**

O compromisso da Brasilcap com a inovação é exercitado internamente – com o estímulo ao pensamento inovador e ao desenvolvimento de soluções e projetos ágeis – e externamente – com a formação de parcerias com outras empresas. A partir de 2019, com apoio de consultoria especializada, a Brasilcap trabalha para fortalecer a cultura de inovação, com a elaboração de um programa de intraempreendedorismo e a ênfase do trabalho conjunto com outras organizações e startups.

As iniciativas têm foco na transformação digital do negócio e na criação de soluções que potencializem a competitividade. O maior avanço nesse campo foi a continuação do desenvolvimento da nova plataforma tecnológica da Companhia, trabalho iniciado em 2018 e que vai substituir todos os sistemas de gestão baseados em TI. A criação do Doadin, produto totalmente digital lançado em 2020, já se beneficiou do novo ambiente tecnológico.

Entre as novas soluções de negócios, tiveram destaque em 2020 o início das vendas do Ourocap para clientes Conta Fácil BB (aberta e movimentada por meio digital); o avanço na ativação e integração dos canais BB na nova plataforma da Brasilcap; a implementação de um novo ambiente de venda direta para o Doadin, o site vendas.doadin.com.br; e o início do desenvolvimento de um novo produto, o Ourocap Garantia para pessoas jurídicas. Prosseguiu ainda o uso da Mesa de Performance, ferramenta que agiliza a divulgação de campanhas digitais do Ourocap. Em 2021, a implementação do novo sistema de CRM (leia mais em [Portfólio e clientes](#)) permitirá uma exploração mais efetiva do marketing digital.

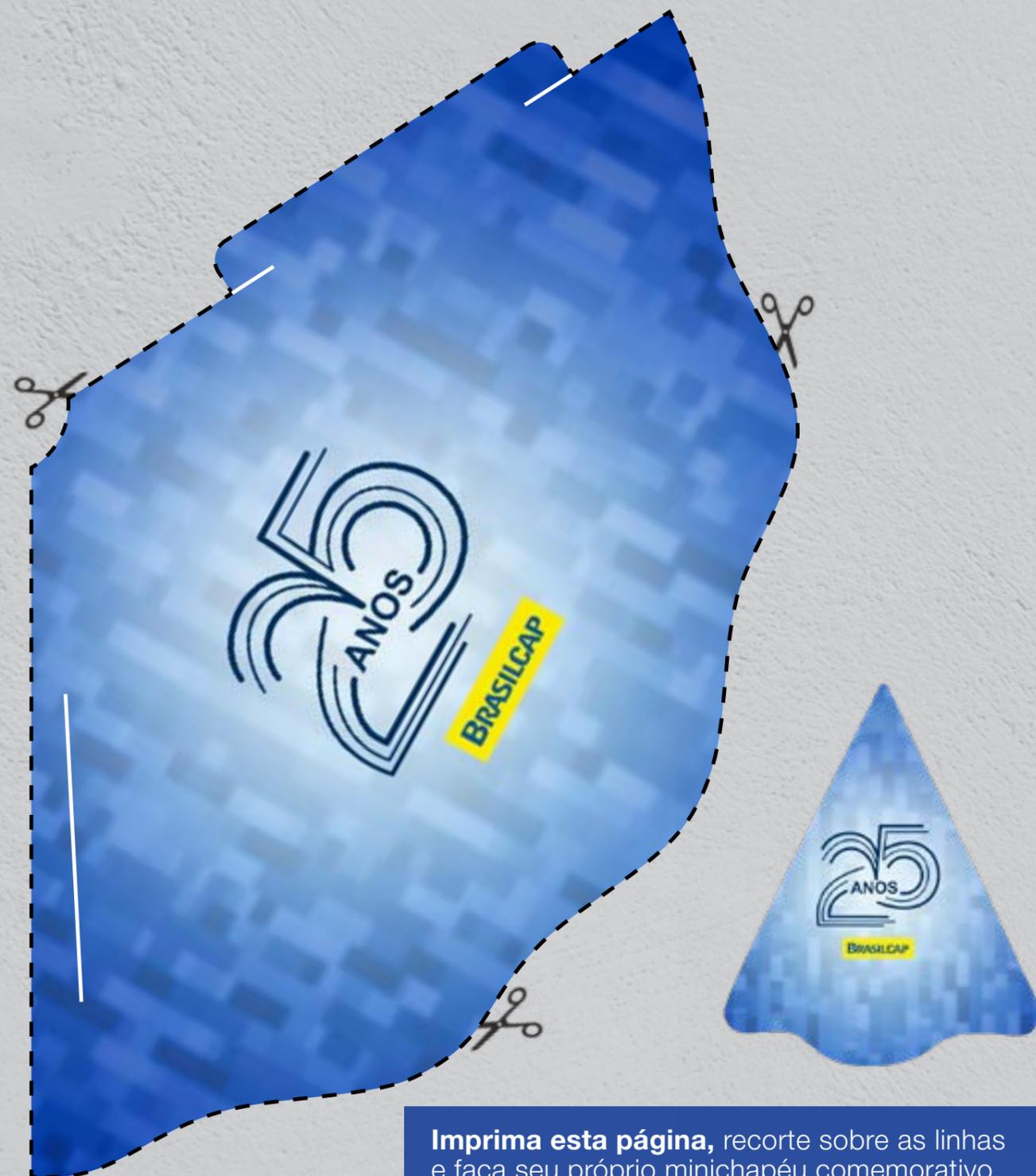
Uma série de eventos de capacitação, realizados de forma virtual, buscou disseminar a cultura da inovação entre os colaboradores. Palestras com especialistas trouxeram temas como economia comportamental, transformação cultural e conflitos de geração. Outros webinars apresentaram conceitos como a jornada do usuário, validação de hipóteses e técnicas de pitching para ideias inovadoras.



Programa InspiraAtores

Lançado em agosto de 2020, o InspiraAtores é o primeiro programa de intraempreendedorismo da Brasilcap. Os colaboradores foram instigados a pensar e apresentar ideias voltadas ao desenvolvimento de novos modelos de negócio para a Companhia. Reunidos em equipes, 79 colaboradores participantes apresentaram 35 ideias julgadas por uma comissão avaliadora. No encerramento, as três equipes vencedoras apresentaram seus projetos de forma remota para todos os colaboradores; as ideias escolhidas vão gerar protótipos que serão testados internamente e com grupos de clientes.

ATUAÇÃO EM SUSTENTABILIDADE



Imprima esta página, recorte sobre as linhas e faça seu próprio minichapéu comemorativo.



As principais realizações da agenda ASG da Brasilcap em 2020.

Desde 2011, a Brasilcap vem consolidando sua gestão de sustentabilidade corporativa e sua atuação sobre os temas ambientais, sociais e de governança (ASG). O esforço inclui investimentos, doações e apoio a projetos externos; ações de disciplina financeira voltadas a um amplo público; iniciativas para redução de impactos ambientais; e a participação em debates sobre o desenvolvimento sustentável do setor de capitalização.

Em 2020, os desafios impostos pela pandemia comprovaram a vocação da Companhia para a criação de valor compartilhado com a sociedade. A Brasilcap apoiou diversas iniciativas voltadas a públicos afetados pela pandemia, com recursos financeiros e doativos. Os tradicionais apoios à Estratégia Nacional de Educação Financeira (Enef) e à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD) foram mantidos. Todas essas ações traduzem a agenda ASG 2020 da Companhia.



Projetos sociais incentivados

A Brasilcap investiu, em 2020, aproximadamente R\$ 26,2 milhões em projetos de âmbito social, ambiental, educacional, esportivo e de saúde, que beneficiaram cerca de 315 mil pessoas.

Destinação	Valor (R\$ mil)	(%)	Pessoas beneficiadas	ODS ²
Investimento Social de Produtos (ISPR – projetos AACD e Fundação Banco do Brasil)	23.561,2	88,3	213.184	1 e 6
Investimento Social Privado (ISP – Ações Covid-19)	153,7	0,6	435	1, 2, 3, 4, 10
Lei do Idoso		1,6	4.600	3, 4
Investimento Social Fiscal (ISF)				
Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica	240,0	0,9	3.500	3, 4
Lei de Incentivo ao Esporte	426,6	1,6	900	1, 2, 3, 4, 10
Fundação para a Infância e a Adolescência	426,6	1,6	92.650	1, 3, 4, 10
Lei Rouanet¹	1.460,0	5,4	Não aplicável	Não se aplica
TOTAL	26.694,2	100,0	315.269	

¹ Devido à pandemia, os espetáculos artísticos Duets, Céu Estrelado e Encontro do Violão Brasileiro, apoiados via Lei de Incentivo à Cultura em 2020, foram adiados para o segundo semestre de 2021.

² Confira na página 26 a relação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

AÇÕES SOCIAIS DURANTE A PANDEMIA

Os impactos sociais e econômicos da pandemia do novo coronavírus afetaram milhares de brasileiros. Diante dessa realidade, a Brasilcap buscou apoiar instituições com as quais já mantivesse algum tipo de vínculo e que estivessem engajadas em projetos voltados a populações vulnerabilizadas pela pandemia. O programa Brasilcap Solidário suspendeu seu planejamento do ano para se dedicar totalmente à colaboração com essas instituições.



Mais de 315 mil pessoas foram beneficiadas pelos projetos sociais apoiados pela Brasilcap



As doações de investimento social fiscal e investimento social privado, usualmente concedidas ao fim de cada ano, foram antecipadas em 2020. Os aportes foram realizados em projetos aprovados e amparados pela Fundação para a Infância e Adolescência (FIA), pela Lei do Idoso e pela Lei de Incentivo ao Esporte. Como investimento social de produtos (ISPR), a Brasilcap ainda destinou à AACD um percentual da arrecadação do Doadin (leia mais em Parceria com a AACD). Eis as demais instituições apoiadas:

• **Fundação Faculdade Regional de Medicina/Hospital de Base de São José do Rio Preto (SP):** com o projeto Adote um Leito UTI – Na Luta Contra o Coronavírus (Idosos e Jovens), a instituição buscou ampliar o atendimento a pacientes graves de Covid-19. Os recursos doados (via Lei do Idoso e Fundo da Infância e Adolescência) foram empregados na compra de equipamentos médicos, insumos hospitalares e gastos com pessoal.

• **Projeto Craque do Amanhã (RJ):** durante toda a pandemia, a instituição procurou dar assistência às famílias das crianças e adolescentes que participam do projeto de prática desportiva. A doação da Brasilcap (Lei de Incentivo ao Esporte) contribuiu para a continuidade do trabalho. Outros R\$ 40 mil foram doados, via investimento social privado, e usados para aquisição de cestas básicas distribuídas em comunidades carentes na cidade de São Gonçalo.

• **Vila do Pequenininho Jesus (DF):** a instituição administra um abrigo em Brasília onde vivem 61 pessoas com deficiência. O valor doado pela Brasilcap foi investido na compra de material de limpeza para o abrigo.

• **Jardim das Borboletas (BA):** a entidade, sediada na cidade de Caculé, presta atendimento para 71 crianças vítimas de epidermólise bolhosa. Com a doação, foi possível manter a oficina de artesanato do Jardim em atividade, gerando renda para a instituição. Em agradecimento pelos recursos recebidos, o Jardim das Borboletas encaminhou 20 mil máscaras para outros seis projetos indicados pela Brasilcap (Projeto Gramachinhos, Superar, Escolinha de Vôlei Adriana Samuel, Vila do Pequenininho Jesus e Quadras Esportivas).

FUNDAÇÃO PARA A INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA (FIA)

Os projetos apoiados por meio da FIA em 2020 beneficiaram 92.650 pessoas, com ações de saúde e educação:

- FA.VELA / Morrobótica: a ONG sediada em Belo Horizonte (MG) promove projetos e oficinas de tecnologia e inovação em comunidades carentes.
- Infância Bem Cuidada (Hospital Angelina Caron): iniciativa de humanização do atendimento pediátrico em Campina Grande do Sul (PR).
- Serta / Projeto Semear: O Serviço de Tecnologia Alternativa (Serta) atua em Pernambuco na formação de adolescentes e jovens técnicos em agroecologia.
- Saber Incluir (Fundação Dorina Nowill): orientação aos educadores da rede de ensino do estado de São Paulo, voltada à inclusão de pessoas cegas.

LEI DO IDOSO

Foram apoiados projetos de saúde e educação, que abrangeram cerca de 4.600 pessoas.

- De Olho na Visão (Fundação Banco de Olhos): atendimento oftalmológico a idosos na cidade de Silvânia (GO).
- Associação Cultural Artística Cine Favela: a ONG usa o cinema e o esporte como ferramentas de inclusão na comunidade de Heliópolis (SP).
- Lar Torres de Melo: a centenária instituição acolhe idosos em situação de vulnerabilidade social no Ceará.

LEI DO INCENTIVO AO ESPORTE (LIE)

Além do apoio ao projeto Craque do Amanhã, duas outras iniciativas mereceram aportes, com um público total de 900 pessoas beneficiadas.

- Instituto Futuro Bom: a instituição sem fins lucrativos atua no Rio de Janeiro (RJ) e usa o tênis e a educação como ferramentas de inclusão social.
- Instituto Incluir: a ONG do Rio de Janeiro trabalha a educação para emancipação, o esporte e cultura como ferramentas de inclusão social.

PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À ATENÇÃO ONCOLÓGICA (PRONON)

Os recursos direcionados ao Pronon em 2020 foram investidos na Fundação de Apoio ao Ensino, Pesquisa e Assistência do Hospital das Clínicas de Ribeirão Preto (USP), que provê tratamento oncológico a 3.500 pessoas por ano.



Campanha de Natal da Brasilcap 2020

Desde 2011, os colaboradores da Brasilcap se mobilizam anualmente em uma Campanha de Natal que beneficia instituições com projetos sociais. Em 2020, o público interno foi incentivado a “patrocinar” uma ceia de Natal para os jovens que participam do projeto Craque do Amanhã.



Parceria AACD e Teleton

Em 2020, a Brasilcap aumentou o escopo de sua parceria com a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). Além dos recursos do Parcela Premiável, outro produto – o Doadin – também passou a oferecer aos clientes a possibilidade de doar o valor do resgate do título para a instituição. Como em todos os anos desde 2014, a Companhia participou do programa Teleton, exibido pela rede de televisão SBT, para apresentar a doação à AACD, entidade

beneficiada pela atração. Um “checão” de R\$ 5 milhões, parte do valor total repassado em 2020, foi entregue à Associação – a maior doação dos 23 anos de história do Teleton.

Em 7 de novembro de 2020, o presidente da Brasilcap, Gustavo do Vale, e o diretor Comercial, Marcelo Farinha, participaram (de forma remota) da transmissão do programa. Célia Oliveira, funcionária da Companhia, foi convidada, após concurso interno, a dar um depoimento pessoal sobre a relação da Brasilcap com a AACD, representando todo o corpo funcional.



A doação ao *Teleton* 2020 foi a maior da história da parceria com a AACD



Disciplina financeira

GRI FS5, FS16, PS1

A disciplina financeira é um dos principais eixos da estratégia de responsabilidade social da Brasilcap. Com seu Programa de Educação Financeira – Educap, a Companhia apoia projetos sociais e promove capacitações voltadas ao tema.

Em 2020, devido à pandemia, o Educap não teve ações próprias. Ainda assim, a Brasilcap participou da sétima Semana Enef, uma iniciativa da Estratégia Nacional da Educação Financeira (Enef) realizada no fim de novembro. Posts sobre planejamento orçamentário e disciplina financeira foram publicados nos perfis da Companhia nas redes sociais (Facebook e LinkedIn); internamente, um plano de comunicação abordou os mesmos temas junto aos colaboradores.

Foram publicados mais de 500 conteúdos em todas as redes sociais da Companhia (blog, Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn) que geraram um volume de mais de 2,8 milhões de interações, com 98,6% de menções positivas ou neutras. Dentro da estratégia de brandformance (que visa atrair consumidores e ao mesmo tempo consolidar a identidade da marca da Brasilcap), esse engajamento ajuda a construir uma base de seguidores qualificada e sustentável.

A Semana Enef também foi assunto no blog [Zero Perrengue](#), espaço virtual da Brasilcap para disseminar conhecimentos sobre capitalização e disciplina financeira. O blog publica regularmente conteúdos sobre finanças pessoais, economia doméstica e meio ambiente, além de histórias

inspiradoras e informações sobre produtos da Companhia.

Dentro da operação com o Banco do Brasil e Promotiva (correspondentes bancários), a força de vendas foi capacitada pelo time comercial da Brasilcap para

reforçar a disciplina financeira como um atributo e uma das vantagens dos produtos Ourocap. A comunicação ressaltou a possibilidade de realização de projetos, organização financeira e diversificação de reservas com a aquisição dos títulos.



Posicionamento institucional

GRI 102-12, 102-13, PS1, PS2, PS3, PS4

Ao participar em organizações setoriais e aderir a compromissos externos, a Brasilcap reforça sua presença nos debates mais relevantes para o mercado de capitalização, além de se manter atualizada nas tendências de sustentabilidade corporativa.

Em âmbito global, a Brasilcap é signatária dos Princípios de Sustentabilidade em Seguros (PSI), como membra da CNSeg. O PSI é um conjunto de recomendações específicas para empresas do setor de seguridade, voltadas ao aprimoramento dos aspectos ASG das organizações. A Brasilcap foi a primeira empresa de capitalização a adotar o PSI, que integra a Iniciativa Financeira da Organização das Nações Unidas (Unep-FI da ONU).

No Brasil, a Companhia é uma das filias do Instituto Ethos, uma das principais organizações não governamentais voltadas ao aprimoramento da sustentabilidade e da ética no meio empresarial. Com o uso da Ferramenta Ethos, é possível monitorar a evolução da Brasilcap em sua gestão ASG por meio de indicadores.

Na Federação Nacional de Capitalização (Fenacap), representantes da Brasilcap ocuparam em 2020 a presidência (Marcelo Gonçalves Farinha, diretor Comercial) e a vice-presidência (Frederico Queiroz Filho, diretor de Clientes, Produtos e Tecnologia). Farinha ainda foi designado como vice-presidente da CNSeg.

Colaboradores da Companhia participam regularmente de grupos de trabalho e de comissões temáticas na Fenacap, na CNSeg e na Superintendência de Seguros

Privados (Susep) – integrando debates sobre temas relevantes para a capitalização brasileira. Ainda no âmbito da Susep, a Brasilcap participa também do Conselho de Recursos do Sistema Nacional de Seguros Privados, de Previdência Privada Aberta e de Capitalização.

Já na Fundação Banco do Brasil (FBB), instituição que promove projetos de transformação social com o apoio das empresas do grupo Banco do Brasil, Frederico Queiroz Filho ocupa o posto de conselheiro titular e Marcelo Farinha é designado como conselheiro suplente.



Desde 2010, uma Empresa Cidadã

Em 2020, pelo décimo ano consecutivo, a Brasilcap foi certificada como Empresa Cidadã pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRCRJ). O reconhecimento público é devido à qualidade das informações contábeis reunidas nos balanços financeiros da Companhia, bem como pelas ações socioambientais desenvolvidas e apoiadas pela Brasilcap. O CRCRJ premia organizações do Brasil inteiro, com base na análise das informações contábeis e de ASG relatadas anualmente.

ANEXO GRI

Sumário de Conteúdo GRI GRI 102-55

Conteúdos gerais

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016			
GRI 101 não possui Conteúdos			
PERFIL ORGANIZACIONAL			
	102-1 Nome da organização	4	
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	13	
	102-3 Localização da sede da organização	Rio de Janeiro (RJ)	
	102-4 Local de operações	4	
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	4	
	102-6 Mercados atendidos	4	
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-7 Porte da organização	4	
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	17	
	102-9 Cadeia de fornecedores	20	
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	18	
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução		O princípio da precaução se reflete nas diretrizes da Estratégia de Sustentabilidade da Brasilcap, formulada em 2019
	102-12 Iniciativas externas	23	
	102-13 Participação em associações	13	
ESTRATÉGIA			
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-14 Declaração do mais alto executivo	3	
ÉTICA E INTEGRIDADE			
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	4	
GOVERNANÇA			
	102-18 Estrutura de governança	8	
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-38 Proporção entre a remuneração do indivíduo mais bem pago e a remuneração média anual de todos os empregados	19	
	102-39 Aumento percentual da remuneração total anual	19	

Saúde! (português)

Cheers (inglês)
 Prost! (alemão)
 Lechyd da! (galês)
 Cin Cin (italiano)
 Za Zdorovye (russo)
 Skål (sueco)
 Serefe! (turco)
 Yamas (grego)
 Kanpai (japonês)
 Salud (espanhol)

Santé (francês)
 Fa sahtuk (árabe)
 Na zdorowie (polonês)
 Ganbei (coreano)
 Chok dee (tailandês)
 Na zdravi (tcheco)
 Dô (vietnamita)
 Egészségedre (húngaro)
 Nazdrave (búlgaro)
 l'chaim (hebraico)

Tópicos materiais

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS			
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-40 Lista de grupos de stakeholders	6	
	102-41 Acordos de negociação coletiva	100% dos empregados próprios são cobertos por acordos coletivos	
	102-42 Identificação e seleção de stakeholders	x6	
	102-43 Abordagem para engajamento de stakeholders	6, 15 e 16	
	102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	6, 15 e 16	
PRÁTICAS DE REPORTE			
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	https://www.brasilcap.com.br/brasilcap/downloads/Brasilcap_Anuar_2020.2019_JORNAL.pdf	
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limites de tópicos	6	
	102-47 Lista de tópicos materiais	6	
	102-48 Reformulações de informações	Não houve	
	102-49 Alterações no relato	Não houve	
	102-50 Período coberto pelo relatório	01/01/2020 a 31/12/2020, exceto onde indicado	
	102-51 Data do relatório mais recente	Outubro de 2020	
	102-52 Ciclo de emissão de relatórios	Anual	
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	relatorioanual@brasilcap.com.br	
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI na opção "Essencial"	
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	24	
102-56 Verificação externa	Não houve		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
DESEMPENHO ECONÔMICO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	6	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	11 e 15	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	11	
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	11	
COMBATE À CORRUPÇÃO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	6	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	7 e 15	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	7	
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	7	
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	7	
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	7	
CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	6	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	15 e 18	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	18	
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	18	
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	18	
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	6	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	15 e 19	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	19	
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	19	
AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	6	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	15 e 20	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	20	
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	20	

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
MARKETING E ROTULAGEM			
Suplemento Setorial Financeiro – Marketing e rotulagem	FS15 Políticas para o correto desenvolvimento, a estruturação e a venda de produtos e serviços financeiros	13	
	FS16 Iniciativas para melhorar a educação financeira por tipo de beneficiário	23	
PRIVACIDADE DO CLIENTE			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	6	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	8 e 15	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	8	
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	8	
CONFORMIDADE SOCIOECONÔMICA			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	6	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	7 e 15	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	7	
GRI 419: Conformidade socioeconômica 2016	419-1 Não conformidade com leis e regulamentos socioeconômicos	7	
PORTFÓLIO DO PRODUTO			
Suplemento Setorial Financeiro – Portfólio do produto	FS2 Procedimentos para avaliação e classificação de riscos ambientais e sociais nas linhas de negócios	7	
	FS4 Processo(s) para melhorar a competência do pessoal para implementar as políticas e procedimentos ambientais e sociais nas linhas de negócios	13	
	FS5 Interações com clientes, empresas investidas e parceiros de negócios sobre riscos e oportunidades ambientais e sociais	13, 16 e 23	
	FS7 Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício social específico para cada linha de negócio, separados por finalidade	14	
	FS8 Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício ambiental específico para cada linha de negócios, separados por finalidade	xx	

Princípio para Sustentabilidade em Seguros - PSI

CATEGORIA GERAL	PRINCÍPIOS	PÁGINA/URL	OMISSÃO
Princípio para Sustentabilidade em Seguros - PSI	PS1 Incluir questões ambientais, sociais e de governança que sejam relevantes para a atividade do setor de seguros nas tomadas de decisões	4,6, 7, 12, 16 e 23	
	PS2 Trabalhar em conjunto com clientes e parceiros comerciais para aumentar a conscientização sobre questões ambientais, sociais e de governança, gerenciamento de riscos e desenvolvimento de soluções	12, 16 e 20	
	PS3 Atuar junto aos governos, órgãos reguladores e outros órgãos públicos estratégicos para promover ações amplas na sociedade sobre questões ambientais, sociais e de governança	12 e 23	
	PS4 Demonstrar responsabilidade e transparência divulgando com regularidade, publicamente, nossos avanços na implementação dos princípios	12, 16 e 23	

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Créditos

Uma publicação Brasilcap
R. Senador Dantas, nº 105, 10º andar – Centro, Rio de Janeiro - RJ – CEP: 20031-923
www.brasilcap.com.br

Coordenação
Gerencia de Comunicação e Sustentabilidade

Materialidade, consultoria GRI, conteúdo e design
[rpt.sustentabilidade](http://rpt.sustentabilidade.com.br)
www.rptsustentabilidade.com.br

Imagens
Banco de imagens Brasilcap

Revisão
Alícia Toffani

