

 **BRBCARD**

Relatório da Administração

2022





 **BRB**
CARD



BRB **CARD**

Ao BRB – Banco de Brasília S.A.,

Apresentamos o Relatório da Administração da BRBCARD, relativo ao exercício de 2022, que segue as disposições legais estabelecidas pela Lei das Sociedades por Ações, pelo Conselho Monetário Nacional – CMN, pelo Banco Central do Brasil – Bacen e pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM.

Ao BRB - Banco de Brasília S.A.,

Submetemos à apreciação o Relatório da Administração e as Demonstrações Financeiras da Companhia, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2022, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, conforme as disposições legais em vigor.

1. A CARTÃO BRB S.A.

A Cartão BRB S.A. ("BRBCARD" ou "Companhia") é uma sociedade anônima fechada de direito privado, integrante do conglomerado BRB, cujo controlador é o BRB - Banco de Brasília S.A. ("Banco" ou "Controlador"). Constituída em 23 de julho de 1997, tem como objetivo emitir e administrar o portfólio de produtos e serviços de cartões de crédito e meios de pagamento, pré ou pós-pagos, próprios ou de terceiros, mantendo um papel de intermediador entre os portadores de cartões, os estabelecimentos afiliados, as bandeiras e o Banco.

A BRBCARD é uma Companhia genuinamente brasileira, que valoriza sua regionalidade e busca estar atenta às necessidades de seus clientes e do mercado de meios de pagamento, atuando com um portfólio diversificado de produtos, que inclui cartões de crédito, de débito, múltiplos e pré-pagos.

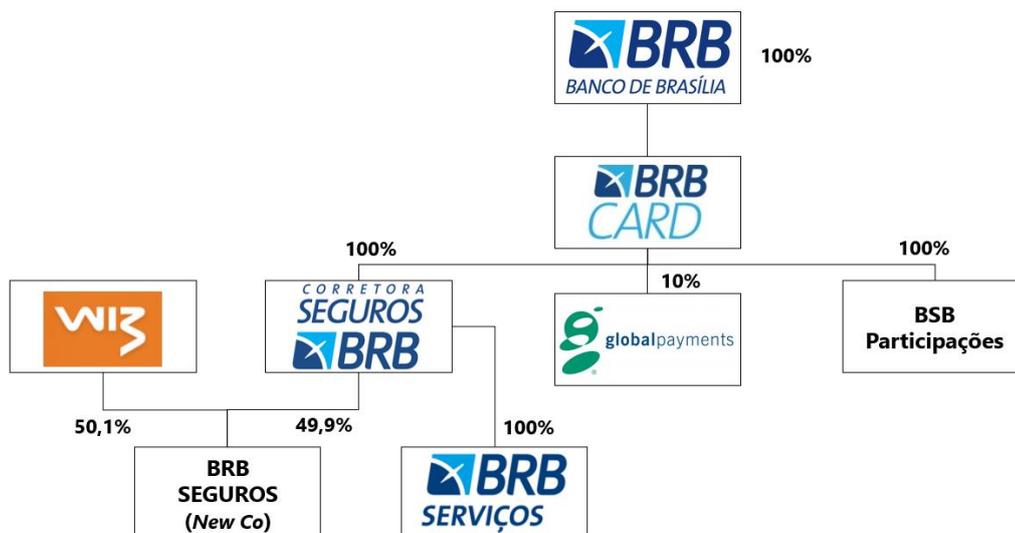
Apoiada em sua consistente atuação no mercado de meios de pagamento como "participante emissor" dos sistemas Visa e MasterCard e na plataforma de distribuição do BRB, a BRBCARD está presente também no segmento de Adquirência, por intermédio da subadquirente BRBPAY.

Alinhada ao projeto de expansão do seu Controlador, a BRBCARD tem atuado no seu principal território, a região Centro-Oeste, notadamente no Distrito Federal, ao tempo em que expande sua atuação para SP, RJ e Nordeste, alinhada ao controlador.

Além da emissão de cartões para clientes em todo território nacional, a expansão segue com ações de visibilidade e ampliação da aceitação por meio da subadquirente BRBPAY, com projetos estabelecidos com a Associação de Comerciantes da Rua Dias Ferreira localizada no RJ e nos restaurantes do Chef Claude Troisgros em SP e RJ.

Para atender ao mercado de consumo, além de agências e correspondentes bancários, a BRBCARD possui importantes canais de atendimento, tais como: as Redes Cirrus e *Plus*, o Banco 24 Horas e a rede compartilhada com o seu Controlador.

Abaixo, destaca-se a estrutura e a composição acionária da BRBCARD em 31/12/2021.



Em junho de 2021, a Assembleia Geral Extraordinária de Acionistas do Banco, aprovou por unanimidade o Plano Geral de Reorganização Societária do Conglomerado BRB, visando simplificar a estrutura societária do conglomerado BRB e viabilizar novos negócios, compreendendo 4 fases:

Fase 1: Permuta de ações entre GDF e AEBRB;

Fase 2: Contribuição pelo GDF das ações da BRBCard em aumento de capital do BRB;

Fase 3: Cisão parcial da Corretora Seguros BRB e versão da participação na BRB Serviços para BRBCard;

Fase 4: Cisão parcial da BRBCard e versão das participações acionárias na Corretora Seguros BRB, BSB Participações e BRB Serviços para BRB.

A Fase 1 foi concluída em novembro de 2021 por meio da assinatura do Contrato de Permuta de Ações e outras Avenças entre o DF e a Associação de Empregados do BRB ("AEBRB").

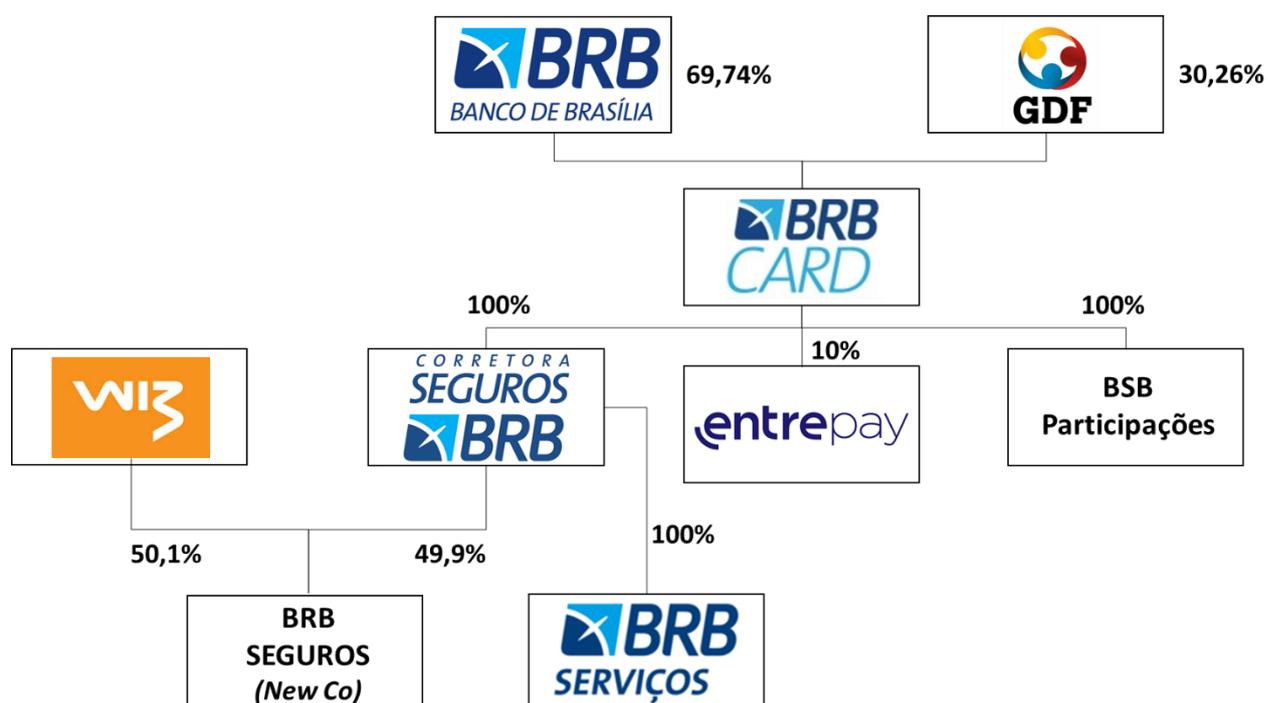
Conforme fato relevante publicado pelo Banco em 20 de setembro de 2022, o Banco Central do Brasil ("BCB") indeferiu o aumento de capital do BRB aprovado em Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 17 de dezembro de 2021. O referido aumento de capital fazia parte da Fase 2 do Plano Geral da Reorganização Societária do Conglomerado BRB ("Plano"). Por meio dele, a BRBCARD se tornaria subsidiária integral do BRB, uma vez que o Distrito Federal contribuiria em aumento de capital do BRB na totalidade das ações que detém na Companhia.

Atendendo ao indeferimento do BCB, houve o cancelamento dos recibos de subscrição emitidos em decorrência do exercício do direito de preferência no aumento de capital e a devolução dos valores depositados pelos acionistas.

Após os ajustes societários e contábeis decorrentes do indeferimento do aumento de capital pelo BCB, o BRB e seu Controlador definiram nova estratégia para consecução do Plano Geral de Reorganização Societária, qual seja, aquisição das ações da BRB Card detidas pelo GDF. O BRB e GDF celebraram o Contrato de Compra e Venda de Ações e submetido a aprovação da AGE no dia 01.12.2022. A aquisição está condicionada à aprovação pelo Banco Central do Brasil do aumento de participação do BRB na BRBCard, conforme os termos da Resolução CMN nº 5.043/2022.

Ainda no contexto da organização societária, em fevereiro de 2022 a Entre Investimentos anunciou a aquisição da Global Payments South América Serviços de Pagamentos Ltda no Brasil. A compra marcou a estreia da companhia no mercado de adquirência, no intuito de ampliar a oferta de soluções tecnológicas mais eficientes e acelerar os negócios por meio de parcerias estratégicas. A operação brasileira passa a chamar-se Entre Payments. Ainda em 2022, a BRBCARD, iniciou tratativas para alienação da participação societária na Entre Payments.

Diante dos fatos, a composição acionária da Companhia, em 31/12/2022, consolidou-se da seguinte forma:



2. MERCADO DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO EM 2022

De acordo com a ABECS¹, o mercado de cartões de crédito cresceu em 2022 quase 30%, suportado principalmente pelo setor de comércio varejista. Observou-se que, com efeito da pandemia, a digitalização da economia seguiu acelerada e as compras não presenciais com cartão subiram 22,5%. Dessa maneira, constatou-se que a transformação digital dos meios de pagamentos gerou inovação, qualidade e percepção de segurança aos usuários.

Dentre os aspectos que envolvem a transformação digital, os pagamentos por aproximação ganham cada vez mais espaço entre os brasileiros e representam 40,4% das compras presenciais, pois permite transações sem contato. Neste período, essa modalidade movimentou R\$ 570 bilhões, alta de 187,8%.

A utilização de QR Code para a realização de pagamentos também está em voga. Bastante presente na China, onde as grandes bandeiras não possuem ampla aceitação, boa parte dos pagamentos eletrônicos são realizados via QR Code.

¹ ABECS – Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços

Além do olhar voltado sempre para o cliente, a BRBCARD precisa se manter em constante atualização acerca de novas tecnologias, como as carteiras virtuais, CVV Dinâmico, 3DS, *tokenização* e aplicativos para celular com funções relevantes.

Em relação às expectativas para o cenário econômico, a Companhia monitora as informações da mídia especializada no mercado de cartões, além de participar de fóruns de discussões em diversas entidades relacionados aos meios de pagamentos no Brasil.

Pelas estimativas da ABECS, o faturamento do mercado de cartões de crédito deve crescer entre 14% e 18% em 2023, impulsionado por vários fatores, como a digitalização do microempreendedor individual, consumo das famílias e recuperação gradual do setor de serviços aos níveis pré-pandemia.

3. A CARTÃO BRB S.A. EM 2022

3.1 – Cenário Externo

O cenário econômico apresentado em 2022 trouxe algumas mudanças em relação ao observado no ano anterior. O panorama descrito pelo Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal - IPEDF² evidencia que 2022 foi marcado por uma atividade produtiva aquecida que se refletiu em uma evolução positiva do mercado de trabalho, tanto a nível nacional como distrital.

Esse movimento se deu a despeito de um ambiente externo adverso, pautado por uma perspectiva de baixo crescimento e pela persistência da inflação nas economias avançadas; pela adoção da política zero-covid na China, causando uma nova falta de insumos para a cadeia produtiva; e por incertezas provocadas pela guerra entre Rússia e Ucrânia.

Para enfrentar os efeitos negativos sobre a economia brasileira, deu-se continuidade à elevação da taxa de juros, a Selic, encerrando o ano em 13,75%, bem como determinou-se a limitação da alíquota de Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação (ICMS) incidente sobre bens e serviços relacionados aos combustíveis, ao gás natural, à energia elétrica, às comunicações e ao transporte coletivo, a fim de conter a inflação no país. A inflação, por sua vez, atingiu em dezembro 5,79%.

O dólar encerrou dezembro a R\$ 5,21. Já o Ibovespa, principal índice da bolsa brasileira, terminou o período com 109,7 mil pontos, queda de 4,69% quando comparado a 2021.

3.2 – Cenário Interno

No ano de 2022, foi possível observar a transformação dos processos na BRBCARD, os quais se tornaram mais ágeis, eficientes, flexíveis, com boa orientação e capacidade de adaptação, além do lançamento de novos produtos atrelados às necessidades dos clientes.

Além da atenção à jornada do cliente, a Companhia ainda precisou atentar-se à proteção de dados, com a implementação das medidas exigidas pela Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. Nesse contexto, cada vez mais digital, a área de TI e segurança também tiveram que se adequar às mudanças impostas pelo mercado, melhorando as interfaces, a proteção de dados e a comunicação mais próxima com os clientes.

Com todas as mudanças, a Companhia se voltou para a expansão significativa para outros estados, e com isso gerou resultados expressivos se comparados a anos anteriores, decorrentes

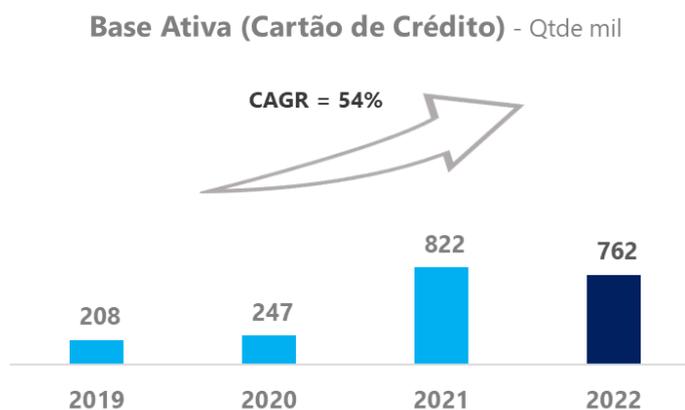
² <https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Boletim-de-Conjuntura-3T2022.pdf>

da maior sinergia de todo o Conglomerado BRB, que tornou os projetos e ações alinhados a um novo direcionamento estratégico.

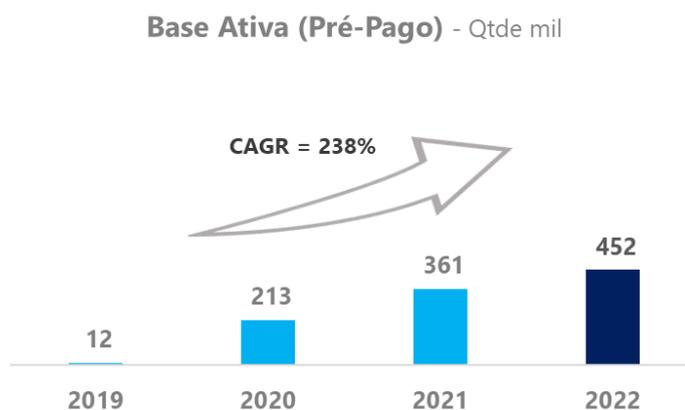
3.3 – Expansão

Em 2022, a Companhia foi destaque entre os atores do mercado de cartões brasileiro com diversos produtos no portfólio, tornando-se emissora dos cartões AmericaBRB, Eurobike, CBA, CBT e Adegas, além de ter ampliado o portfólio dos cartões Flamengo. Vale destacar que a BRBCARD seguiu com o protagonismo de agente das políticas sociais no Distrito Federal.

Apesar da redução da base de cartões ativa, resultado de um processo criterioso de análise de performance do uso, da ativação, da retenção e de ação de expurgo, o montante de transações com cartões se manteve em crescimento. A base em 2022 fechou com 762 mil cartões.



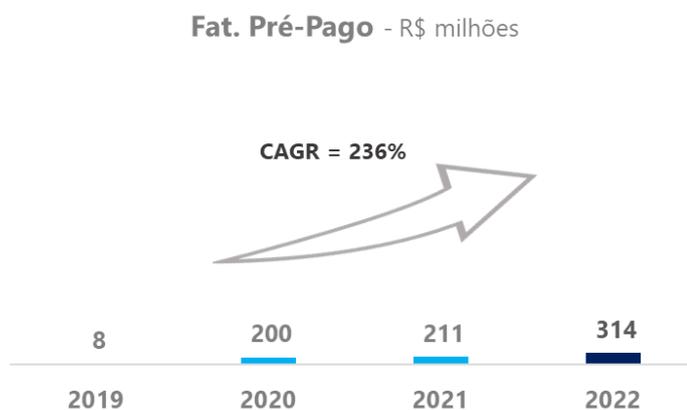
A base de cartões pré-pagos atingiu o montante de 452 mil, crescimento de 25%, alavancado principalmente pela emissão dos cartões sociais em 2022.



A Companhia apresentou um faturamento em cartão de crédito de R\$ 5,888 bilhões, 18% superior ao realizado em 2021.



Em relação aos cartões pré-pagos, o faturamento foi de R\$ 314 milhões, 48% superior ao realizado em 2021.



Ainda no que se refere ao faturamento, destaca-se a receita de intercâmbio, que alcançou R\$ 90 milhões, resultado 21% acima do ano de 2021. A elevação da receita de intercâmbio reflete o melhor posicionamento da Companhia no segmento de alta e altíssima renda.

3.4 – Adquirência

O BRBPAY é uma subadquirente, que nasceu com a missão de expandir o portfólio de produtos do Banco BRB, trazendo uma solução de meio de pagamento para empreendedores e PJ que desejam ter o cartão como forma de recebimento, além de controle das vendas através de um sistema de gerenciamento simples e dinâmico.

Em 2022 o BRBPAY superou a meta projetada para o período, atingindo o número de 3.188 máquinas distribuídas em BSB, MT, MG, GO, SP e RJ, o que representa um aumento de 2950% se comparado ao ano anterior. A empresa teve um aumento de 4310% em seu faturamento alcançando a marca de R\$ 90 milhões.

Para o alcance dos resultados, foram realizadas ações que deram suporte para o crescimento em 2022 e que são fundamentais para o aumento de base e faturamento previstos para 2023. A contratação de uma plataforma mais robusta é uma delas e tem garantido que o funcionamento da captura das transações seja mais abrangente, incorporando ao portfólio diversos meios de captura.

4. NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS

4.1 - Fatos relevantes:

Alteração Societária: No contexto do Plano Geral de Reorganização Societária do Conglomerado BRB, em 2021 o DF e a AE BRB permutaram ações do Banco, detidas pelo DF pela totalidade das ações da BRBCARD, detidas pela AE BRB ("Permuta"). Destaca-se que no encerramento do exercício de 2021, o Banco detinha 100% das ações da BRBCARD. Conforme fato relevante publicado pelo Banco, o Banco Central do Brasil ("BCB") indeferiu o aumento de capital do BRB aprovado em Assembleia Geral Extraordinária para deter 100% das ações da BRBCARD. Diante da decisão do BCB, a BRBCARD passou a ter o DF e BRB como acionistas.

Carteira de Crédito em Prejuízo: Conforme fato relevante publicado pelo Banco em 22 de agosto de 2022, o BRB foi ao mercado em busca de parceiro para efetuar a cessão de carteiras *Non-Performing Loans* – NPL das empresas pertencentes ao conglomerado BRB durante o terceiro trimestre de 2022. Nesse contexto, a BRBCARD, vendeu a carteira NPL de R\$ 159.076.385,90 no valor de R\$ 3,6 milhões.

Bandeira Preferencial VISA: Entre setembro e dezembro de 2022, houve a ação de escolha da bandeira VISA como parceira estratégica de bandeira preferencial. Além das projeções de ganhos econômico-financeiros, os estudos conduziram à conclusão de que a formação de tal parceria estratégica representa oportunidade para o BRB alcançar os seguintes objetivos e benefícios:

- Incrementar os descontos para pagamento das tarifas praticadas pelas bandeiras, a partir do ganho de escala;
- Orientar a estratégia de atuação da rede de distribuição do BRB com o objetivo de alcançar as metas acordadas entre as partes;
- Orientar a estratégia de desenvolvimento e de aprimoramento de produtos, de forma concentrada, possibilitando, assim, a geração de resultados superiores;
- Criar potenciais novas frentes de geração de valor, a partir da oportunidade de novos negócios;
- Gerar sinergia e troca de experiências específicas, além da aquisição de conhecimentos estratégicos e de intercâmbio tecnológico;
- Obter recursos direcionados para ações de marketing e de divulgação, bem como para a realização de campanhas e de treinamentos.

Lei do Bem: A Lei do Bem – Lei n.º 11.196/2005 concede incentivos fiscais às empresas que realizam projetos de Pesquisa e Desenvolvimento de Inovação Tecnológica (PD&I), com o objetivo de incentivar a inovação nas empresas brasileiras. O benefício fiscal se dá pela exclusão na base de cálculo do IRPJ e CSLL do percentual de 60%, com possibilidade de adicional de 20%, sobre a soma dos dispêndios ou pagamentos vinculados aos projetos elegíveis de (PD&I) realizados durante o ano base.

A BRBCARD, alinhada às diretrizes do Controlador, aderiu à Lei do Bem para os projetos e desenvolvimentos ocorridos ao longo do exercício. Em 2022, a Companhia desembolsou R\$ 3.734 mil no desenvolvimento de produtos e serviços com viés de inovação, abrangendo melhorias nos aplicativos, novas funcionalidades em sistemas e outras atividades de natureza tecnológica. Decorrente, a Companhia apurou incentivo fiscal de R\$ 2.645 mil em 2022.

Cartão DUX: O cartão BRB Dux Visa foi eleito o melhor cartão de crédito ultra-high do país, segmento de altíssima renda. O prêmio é do Passageiro de Primeira, maior portal de programas de fidelidade do Brasil. Ainda em 2022, o BRB Dux Visa também já tinha sido eleito, pelo segundo ano consecutivo, o melhor cartão de crédito do Brasil pelo Melhores Destinos, um dos mais renomados sites nacionais de viagens. Entre os destaques do Dux, estão concierge exclusivo e

especializado, serviços de consultoria, planejamento de viagens, reservas de passeios e atividades de lazer no exterior, acesso aos menus diferenciados em restaurante, uso da sala VIP no aeroporto de Brasília, espaços *coworking* nos aeroportos de Santos Dumont e Congonhas, bem como, a entrada em mais de mil salas do Brasil e do exterior por meio do *Visa Airport Companion*, além de um programa de relacionamento diferenciado, com pontuação turbinada.

4.2 - Parcerias Negociais e Estratégicas:

Trata-se de parcerias negociais e estratégicas realizadas com os objetivos de fortalecer a imagem do Conglomerado BRB, de agregar valor à marca posicionada no mercado de meios eletrônicos de pagamento e diversificar o portfólio de produto da BRBCARD, além de alavancar a base de clientes do Conglomerado BRB.

C.B.A: Parceria, por meio de Contrato de Prestação de Serviços, estabelecida entre BRBCARD e Confederação Brasileira de Automobilismo – C.B.A, com a perspectiva de conquistar um público-alvo específico, neste caso, os apaixonados pelo automobilismo. A iniciativa concretiza a participação do BRB como Banco oficial desse esporte. O BRB já é patrocinador da Stock Car desde abril de 2021 e agora terá visibilidade nos demais eventos automotivos nacionais. Para atender a parceria, em 04 de fevereiro de 2022, a BRBCARD lançou o produto *co-branded* MASTERCARD BRB CBA, nas variantes Black e Platinum.

C.B.T: Parceria, por meio de Contrato de Prestação de Serviços, estabelecida entre BRBCARD e Confederação Brasileira de Tênis – C.B.T, com a perspectiva de conquistar um público-alvo específico, neste caso, os apaixonados por tênis e *beach* tênis. A iniciativa concretiza a participação do BRB como Banco oficial desse esporte. O BRB já é patrocinador máster da C.B.T desde fevereiro de 2020, integrando todos os eventos do portfólio da C.B.T. Para atender a parceria, em 04 de março de 2022, a BRBCARD lançou o produto *co-branded* MASTERCARD BRB CBT, nas variantes Black e Platinum.

Eurobike: Em 31 de março de 2022, a BRBCARD lançou o produto *co-branded* BRB DUX EUROBIKE, fabricado em material metálico, com benefícios únicos em parceria com a Eurobike. A estratégia de produção e de comercialização do produto foi embarcada no formato *co-branded*, com o objetivo de conquistar o segmento de cliente de altíssima renda. O Cartão é destinado aos clientes da Eurobike, concessionária especializada no segmento de luxo. O aplicativo Dux Eurobike possui diversas funcionalidades para o gerenciamento do cartão e solicitações variadas. O cartão oferece *markeplace* exclusivo, com desconto em serviços da Eurobike, além de todos os demais produtos do parceiro.

Revista Adega: Em agosto, a BRBCARD fechou parceria com a revista Adega. Destinado ao público que tem paixão e afinidade com o mundo dos vinhos, a nova parceria possibilita ampliação da cultura do vinho através de serviços financeiros gerando aumento da base de clientes e dos canais de vendas de ambas as empresas. A estratégia de divulgação da parceria foi embarcada no formato de cartão *co-branded*, através do cartão MASTERCARD BRB Adega, nas variantes Black e Platinum. O novo produto vem para proporcionar experiências variadas e completas aos usuários, com benefícios exclusivos e muitas vantagens para os amantes de vinhos.

4.3 - Produtos:

Cartão CME 2022: Na edição de 2022 do programa social foram realizadas 82 mil cargas aos mais de 64 mil beneficiários ativos, distribuindo um total de R\$ 36,2 milhões em benefícios.

Cartões Gás: Na edição de 2022 do Programa Gás, a base de beneficiários foi ampliada para mais de 71 mil, gerando um faturamento acumulado de quase R\$ 33 milhões ao fim de outubro.

Cartão Prato Cheio: O programa social ampliou sua base ativa de beneficiários de 106.680 em abril/2022 para 150.937. Em 2022, foi disponibilizado o valor total de R\$ 46.446.500,00 em cargas aos beneficiários.

Cartão Fábrica Social: No programa, que tem o objetivo de promover educação profissional de pessoas inscritas no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal, foram realizadas 3.717 cargas em seus oito meses iniciais de operação, disponibilizando mais de R\$ 800.000,00 aos beneficiários.

Cartão Renova DF: Auxílio financeiro concedido pelo GDF destinado à qualificação profissional do cidadão. Em 2021, foi disponibilizado o valor total de R\$ 34.800.000,00.

Cartão Creche: O Programa Social Creche é destinado às famílias com crianças na faixa etária de 0 a 3 anos de idade e que não estejam matriculadas em creches da rede pública de ensino, todas selecionadas pelo Governo. Em 2022, foram efetuadas mais de 50.000 cargas, sendo disponibilizado o valor total de R\$ R\$ 39.382.904,63.

Pulseira *contactless* de pagamentos: Em parceria com a Mastercard, houve o lançamento da pulseira de pagamento por aproximação com a função crédito, trazendo mais praticidade e segurança para os clientes, além da característica colecionável, tendo em vista que o item carrega o símbolo da Torcida do Flamengo.

Cartão pré-pago Tricampeão da América: Em comemoração à vitória do Flamengo na Libertadores 2022, foi lançado um cartão pré-pago com design exclusivo e caráter colecionável, aproveitando o timing e a emoção da torcida, e fortalecendo a premissa de que somos o banco do Mengão.

Apple pay: No dia 04/10/2022 a BRBCARD disponibilizou para seus clientes da Bandeira Mastercard a carteira digital de pagamentos Apple Pay. O Apple Pay é um sistema de pagamento por aproximação e carteira digital que possibilita a realização de pagamentos por intermédio de dispositivos móveis com sistema operacional IOS. A implementação da carteira Apple Pay possibilitou o aumento das transações *tokenizadas*. O cadastro dos cartões pode ser feito por meio do aplicativo da BRBCARD ou acessando o aplicativo carteira (wallet) da Apple.

VISA Airport Companion: Em 30 de junho de 2022, a BRBCARD aderiu ao Visa *Airport Companion*, que permite que os clientes BRB Visa Infinite e Dux possam aproveitar dezenas de benefícios que a Visa oferece em aeroportos ao redor do mundo.

- Mais de 1.300 *lounges* VIP's;
- Descontos em restaurantes, hotéis, lojas e serviços.

Clube Curta +: O lançamento do clube de assinatura Curta + proporciona a potencialização do acúmulo de pontos dentro do Programa de Relacionamento Curtaí, no qual o cliente escolhe um dos planos de pontos disponíveis, efetua pagamento mensal do valor referente ao plano desejado e recebe um lote de pontos, conforme plano contratado. Em 2022, a BRBCARD atingiu 1071 assinantes ativos.

5 – PRINCIPAIS AÇÕES:

Comunicação Digital: Para aumentar a percepção da marca, bem como dos produtos, serviços e benefícios, ao longo do ano de 2022, foram desenvolvidas ações de comunicação, campanhas e conteúdos com foco em auxiliar venda e ativação de cartões, adesão a novos

canais e serviços, promovendo reflexos em produtividade, processos, operações e lançamentos de novos produtos, como CBA, CBT, Adegas, EUROBIKE e Stock Car. Como resultado dessas ações, a BRBCARD alcançou mais de 600 mil visualizações e mais de 20 mil seguidores nas redes sociais em 2022, um aumento de 67% comparado ao engajamento de 2021.

Divulgação da Marca: A BRBCARD realiza ações de patrocínio com foco em esferas negociais pelo País, e ações de fomento ao desenvolvimento do DF.

Em cada projeto realizado, buscou-se promover oportunidades produtivas e importantes experiências e benefícios ao cliente BRB e prospects, em linha com os princípios e valores do Controlador e garantindo a proteção da marca, o fortalecimento da imagem corporativa e a geração de negócios.

Em 2022 foram firmadas parcerias e benefícios em eventos como Stock Car, Park Zico, The Killers e CASACOR voltados a uma proposta de atração de novos clientes e negócios de projeção nacional. As iniciativas locais, por sua vez, apoiam o desenvolvimento social e cultural do Distrito Federal e regiões administrativas, e buscaram oportunidades para estabelecer relacionamento duradouro e satisfatório com a marca, dentre os quais:

- 20º COMANAT - Congresso Nacional dos Magistrados da Justiça do Trabalho;
- XIX Olimpíada Nacional da Justiça do Trabalho;
- XXXV Concurso de Salto Coronel Rabelo – 40 anos de tradição;
- Prêmio Artesanato;
- Festival CoMa - Consciência, Música e Arte 5ª Edição;
- Copa Fire´s League Bombeiros;
- 31ª Corrida do Fogo – CBMDF;
- Concerto Sinfônico – 166 anos do CBMDF;
- 5G Weekend – Conecte-se com o futuro;
- CAMARB – Competição de Arbitragem e Mediação Empresarial;
- Casa Maaya;
- Patrocínio Cerrado Basquete.

Experiência com cliente:

Como um dos pilares fundamentais para a promoção do engajamento de clientes, em 2022 a BRBCARD adotou iniciativas altamente focadas na experiência do cliente, na execução de ações diferenciadas de lançamentos de produtos e na conquista de novos clientes, além de iniciativas voltadas à geração de benefícios exclusivos, dentre as quais:

- Ação Eurobike Autódromo de Goiânia;
- Cartões VISA Copa do Mundo;
- Campanha Me Leva Nação;
- Stock Car - GP Galeão.

O ano de 2022 foi marcado pela promoção de experiências exclusivas e satisfatórias aos usuários de *lounges vips*. Com isso, além das promoções e eventos realizados na Sala Vip Club de Brasília, promovemos a abertura de 2 (dois) espaços *Coworkings* localizados nos Aeroportos Congonhas e Santos Dumont.

Ainda no contexto de experiências exclusivas, a BRBCARD estabeleceu o benefício de vagas exclusivas no Aeroporto de Brasília aos portadores de cartões BRB Ultra Renda (Black, Infinite e DUX), visando trazer mais comodidade e uma jornada diferenciada aos nossos clientes. Contando com um serviço disponível 24h e facilidade no acesso aos terminais de embarque, o cliente poderá realizar a reserva das vagas através do app BRBCARD.

Promoções: Em parceria com a Mastercard, a grande patrocinadora da *Champions League*, foi lançado em dezembro de 2022 a promoção "Sou VIP na Final". Além de levar 1 ganhador com acompanhante para assistir à final do campeonato em Istambul, também haverá um ganhador que assistirá o jogo em uma festa exclusiva no Caribe, sorteio mensal de R\$ 1.000 e semanal de R\$ 200, sendo estes 2 últimos disponibilizados em um cartão pré-pago do BRB.

Motor de Pontos e Fidelidade: No ano de 2022, foi realizada a ampliação da plataforma de engajamento dos Programas de Relacionamento da BRBCARD e para atender seus parceiros viabilizando uma experiência de acúmulo, resgate e benefícios dos clientes BRB.

Além de centenas de descontos em lojas físicas e virtuais parceiras, o cliente BRB pode contar com um *Marketplace* completo com mais de 400.000 produtos dos principais varejistas do Brasil para comprar com acúmulo de pontos ou resgatar prêmios, resgatar *vouchers* de crédito ou desconto do UBER, Vale Combustível, Ifood, Netflix, Spotify e de tantos outros varejistas, trocar pontos por *Cashback* na fatura, comprar em mais de 300 parceiros que oferecem uma porcentagem do valor pago em *Cashback* na conta, resgatar acessos à Sala VIP do aeroporto de Brasília e transferir pontos para parceiros de programas, como Latam Pass, Smiles, Tudo Azul e 123 milhas.

Plataformas *White Label*: Através da plataforma de pontos, foi possível replicar a mesma experiência do Curtaí, Programa de Relacionamento exclusivo dos clientes BRB, para demais projetos *Co-branded* do Banco, tais como:

- **Mais Mengão:** Programa de Relacionamento dos clientes do Banco Nação BRBFLA;
- **Stock Car +:** Programa de Relacionamento dos clientes cartão Stock Car;
- **Mundo BRB:** Programa de incentivo dos colaboradores do Banco;
- **AmericaBRB:** Programa de Relacionamento dos clientes cartão AmericaBRB;
- **Adega:** Programa de Relacionamento dos clientes cartão MC Adega;
- **Eurobike:** Programa de Relacionamento dos clientes cartão Visa DUX Eurobike;
- **C.B.T:** Programa de Relacionamento dos clientes cartão MC CBT.

Os programas de relacionamento da BRBCARD tiveram um aumento significativo no número de pedidos comparados a 2021 e um recorde de faturamento e de pontos resgatados. O acúmulo de pontos teve crescimento de 8237%. Os resgates de pontos cresceram 28%, além da inclusão de parceiros de *cashback*, com inclusão de +800 estabelecimentos em 2022.

Infraestrutura e Segurança: Cada vez mais digital, as áreas de TI e segurança também tiveram que se adequar às mudanças impostas pelo mercado, melhorando as interfaces, a segurança e aproximando cada vez mais os clientes, dentre as quais destaca-se:

- **Contratação do novo HSM:** Dispositivo físico que fornece segurança extra para o armazenamento de chaves criptográficas, cujo módulo de segurança em Hardware possui recursos invioláveis e autodestrutivos que são ativados em casos de tentativa de invasão;
- Aplicação de melhorias de segurança nas camadas de proteção de perímetro, armazenamento e serviços de processamento de dados da BRBCARD;
- Implementação do serviço de *cyber* segurança na modalidade *SOC as a service - Security Operation Center*, para atuação em todo o ambiente BRBCARD;
- Implantação de camada de segurança, conforme modelo definido pelo *OpenBanking*, para controle e publicação de API's da BRBCARD, atendendo as exigências do regulador.

Gestão de Pessoas: As relações de trabalho entre a Companhia e seus empregados são regidas pela Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, pelo Acordo Coletivo de Trabalho, com observância às diretrizes estabelecidas na Política de Gestão de Pessoas da Companhia e demais normas complementares.

A BRBCARD finalizou o exercício de 2022 com o quadro total de 272 colaboradores, incluindo estagiários e jovens aprendizes, um aumento de 18% em relação ao ano de 2021. As ações de destaque da área de gestão de pessoas foram referentes a saúde, ao desenvolvimento dos colaboradores, seleção e recrutamento.

A preocupação com a saúde e com a segurança dos colaboradores permaneceu, neste sentido, houve a aplicação da vacina da gripe, sem custo para os colaboradores, foi oferecida no 1º semestre e, em parceria com a Secretaria de Saúde do DF, no 2º semestre, foi oferecida a aplicação do reforço da vacina de Covid e Influenza. Além disso, houve a realização do exame periódico de 100% dos colaboradores, bem como a contratação das plataformas Zenklub e Medipreço para oferecer serviços de bem-estar e descontos em medicações para os colaboradores da BRBCARD, respectivamente.

Em relação ao processo de treinamento e capacitação, em 2022, foram realizadas mais de 30.000 horas/aula, um aumento de mais de 76% em relação ao ano anterior, com destaque para as Trilhas de Desenvolvimento da Mastercard, voltadas para o conhecimento técnico de meios de pagamentos. Outro destaque no desenvolvimento dos colaboradores foi o Programa Time de Talentos, que permitiu que os colaboradores realizassem treinamentos de forma *gamificada*, para concorrer a prêmios, gerando um engajamento do corpo funcional retratado no aumento de 51% no quantitativo de horas aula por colaborador.

Sustentabilidade e Ações Sociais: Em 2022, a BRBCARD aderiu à Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática do BRB, que estabelece os princípios e diretrizes para as ações de natureza social, ambiental e climática nas atividades do Conglomerado. Além disso, a composição do Comitê de Responsabilidade Socioambiental da BRBCARD foi revista e algumas ações já realizadas, como o engajamento para a participação dos colaboradores em ações de arrecadação de doações, em parceria com o Instituto BRB, e ainda o projeto para a confecção de cartões em material reciclável.

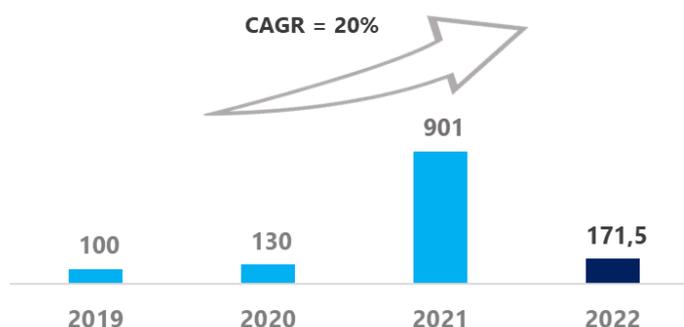
6. DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO:

6.1 - Resultado Líquido

Após os efeitos da pandemia do Covid-19, fatores econômicos e sociais exigiram resiliência da Companhia em suas operações, especialmente no que se refere à manutenção dos programas sociais emergenciais implementados, aumento da inadimplência e necessidade de manter o crescimento do resultado.

Apesar do ano desafiador, a BRBCARD obteve um resultado líquido de R\$ 171,5 milhões, e um Retorno sobre o Patrimônio Líquido - ROE de 14,9%.

Resultado Líquido - R\$ milhões



Contribuíram de forma relevante para esse resultado o registro de bônus relacionado ao acordo de bandeira preferencial com a Visa, a venda da carteira em prejuízo *Non-Performing Loans* – NPL e o registro de R\$ 70,2 milhões da parcela variável relacionado a parceria entre BRB – Banco de Brasília S.A, Seguros BRB e a Wiz Soluções e Corretagem de Seguros.

No encerramento do exercício, o saldo total da carteira com operações de cartão de crédito à vista da Companhia foi de R\$ 1,096 bilhão.

6.2 - Patrimônio Líquido

O Patrimônio Líquido alcançou R\$ 1,126 bilhão em dezembro de 2022, um crescimento de 2% em relação ao exercício de 2021, que foi de R\$ 1,105 bilhão. Em termos de rentabilidade, o retorno gerado sobre o Patrimônio Líquido Médio Ajustado foi de 14,9%.

6.3 - Ativos Totais

Os ativos totais atingiram o montante de R\$ 2,397 bilhões ao final de 2022, apresentando um aumento de 2% em relação ao mesmo período de 2021. O crescimento apresentado derivou, principalmente, das disponibilidades de caixa e participações em coligadas e controladas.

6.4 – Participações Societárias

No exercício de 2022, a BRBCARD reconheceu R\$ 104,4 milhões de resultados advindos de participações societárias. O resultado foi 85,6% inferior ao apurado em 2021. Destaca-se que em 2021 houve o impacto da parceria entre BRB – Banco de Brasília S.A, Seguros BRB e a Wiz Soluções.

Corretora Seguros BRB

A BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A. (“Corretora BRB”) é uma empresa do Conglomerado BRB, controlada 100% pela BRBCARD, que atua desde 1988 no mercado securitário do Distrito Federal e demais regiões atendidas pelo Banco, tendo como objetivo a administração e/ou corretagem de seguros de todos os ramos, títulos de capitalização, planos de previdência complementar aberta, planos privados de assistência à saúde, planos odontológicos, consórcios, títulos/planos de viagem e outros produtos coletivos. É, ainda, controladora da empresa BRB Serviços S.A., com 100% da participação acionária e possui participação de 49,9% da BRB Corretora de Seguros S.A. (“Newco”), fruto da parceria com Wiz Soluções e Corretagem de Seguros S.A.

A Corretora BRB alcançou o resultado de R\$ 96,4 milhões. Contribuíram de forma relevante para este resultado, o registro da parcela variável oriundo da parceria entre o Banco e Wiz, no valor de R\$ 70,2 milhões, bem como a equivalência patrimonial da *Newco* no valor de R\$ 39,8 milhões.

Desconsiderando o efeito do evento não recorrente acima mencionado, o Lucro Líquido recorrente obtido pela Corretora foi de R\$ 52,4 milhões. No decorrer de 2022, Corretora BRB promoveu ações visando a migração dos clientes para *Newco* e geração de maior engajamento digital.

BRB Serviços

A BRB Serviços S/A, empresa 100% controlada pela BRB Corretora de Seguros S.A., atua desde 2010 no mercado de *contact center*, cobrança e serviços de tecnologia da informação.

A BRB Serviços, por meio de ações conjuntas com outras empresas do Conglomerado BRB e o Governo do Distrito Federal, vem atuando nos programas sociais, nos serviços de cobrança, na operação de bilhetagem (BRB Mobilidade), no agendamento e distribuição de medicamentos da farmácia de alto custo em casa (SES) e na operacionalização do Na Hora/DF.

No ano de 2022, ocorreu a expansão do escopo de atuação oferecendo serviços de BPO - *Backoffice* aos nossos clientes. Além desses das atividades junto ao Governo do Distrito Federal e às empresas do conglomerado, a BRB Serviços, em conjunto com o banco BRB, está participando do projeto de revitalização do Autódromo de Brasília.

Por consequência, foram executados até 5 novos negócios, a seguir:

- Central de Relacionamento BRBCARD com fornecimento de plataforma especializada de *Contact Center Omnichannel*,
- *Backoffice* BRB - Prevenção a Lavagem de Dinheiro – PLD, projeto com o objetivo de tratar os dados referentes a transações bancárias, através das análises prévias das operações e situações suspeitas de lavagem de dinheiro,
- *Backoffice* BRB – Conformidade do Crédito Imobiliário, do qual realiza análise de conformidade em processos de financiamento imobiliário e demais produtos da Carteira Imobiliária do BRB - Banco de Brasília S.A., bem como atendimento e suporte aos agentes originadores e à área gestora, no que se refere a evolução dos processos,
- *Backoffice* BRBCARD – Prestação de serviços onde fornece à BRBCARD o *backoffice* operacional, para realização de análise e tratamento de demandas de segundo e terceiro nível, com a dedicação de 32 colaboradores e
- Correspondentes Bancário: Em 2022, foram inaugurados três correspondentes na Feira do Guará, Feira dos Goianos e Riacho Mall (Na Hora Riacho Fundo I). Nesses correspondentes são oferecidos serviços bancários, como pagamentos de contas, saques, extratos, depósitos, recolhimento de arrecadações, pagamento de benefícios sociais, recarga da bilhetagem, bloquetes de cobrança, dentre outros, além de estações para relacionamento direto com os clientes onde são oferecidos seguros, cartões, maquininhas de cartões e algumas modalidades de crédito consignado.

A BRB Serviços registrou um faturamento de R\$ 99 milhões em 2022, 11% maior que o registrado no ano anterior, e um lucro líquido de R\$ 6 milhões. Desempenho obtido decorrentes de novos negócios e manutenção dos atuais.

BSB Participações

A BSB Participações S.A. é uma sociedade anônima de capital fechado, com sede em Brasília-DF, constituída em 16 de maio de 2011, com o objetivo de adquirir participações em sociedades mercantis, em qualquer segmento de negócio, mediante subscrição de ações e/ou quotas,

podendo constituir, adquirir e alienar empresas, parcial ou integralmente, em quaisquer ramos, bem como subscrever e/ou adquirir valores mobiliários.

Em 2022, a empresa, que ainda está em modo pré-operacional, apresentou um prejuízo de R\$ 120 (cento e vinte reais). Ao final do exercício foi registrado um Patrimônio Líquido de R\$ 7 mil.

7. GESTÃO DE CONTROLES INTERNOS E RISCOS

A Companhia possui em sua estrutura organizacional uma unidade específica, subordinada à Diretoria de Controladoria, Controles e Segurança, com a missão de identificar, mensurar, monitorar, controlar, mitigar e gerenciar continuamente os controles internos e a gestão dos riscos, de modo a garantir a estrita observância das normas legais e regulamentares aplicáveis, com atuação independente assegurada.

A implantação da estrutura de gerenciamento controles internos e riscos demonstra a preocupação da Companhia com a solidez, a segurança, a eficiência de seus processos e do seu modelo de negócios. Tem como principal foco, a prevenção de riscos na contratação das operações e na prestação de serviços aos seus clientes, além da preservação do seu patrimônio e ao cumprimento das normas editadas pelos órgãos de fiscalização e controle.

Em razão de sua posição estratégica dentro do Conglomerado BRB e do caráter de integração na gestão de riscos em conglomerados, impresso nas normas reguladoras vigentes, a BRBCARD gerencia seus riscos e suas necessidades de capital em sintonia com as diretrizes e os princípios emanados de seu Controlador.

As políticas e manuais de controles internos e gerenciamento de riscos revelam que a estrutura é compatível com a natureza das atividades da Companhia, com a complexidade dos produtos e serviços oferecidos e guardam proporcionalidade com a dimensão das exposições aos riscos.

7.1 - Risco de Liquidez

No intuito de honrar eficientemente suas obrigações financeiras e proteger seu patrimônio, a BRBCARD adota medidas consistentes no gerenciamento do seu risco de liquidez.

Por intermédio da análise do seu fluxo de caixa diário e do monitoramento de indicadores, a BRBCARD identifica, mensura, controla, mitiga e gerencia continuamente a exposição ao risco de liquidez.

A Companhia possui uma política de investimentos que lhe permite atuar, de forma conservadora, na aplicação de seus recursos financeiros, de modo a sempre manter ativos líquidos em montantes suficientes para cumprimento de suas obrigações.

7.2 - Risco Operacional

O mapeamento dos riscos operacionais tem por objetivo a identificação, mensuração, controle, mitigação e monitoramento das fragilidades que possam sujeitar a BRBCARD a perdas operacionais. O trabalho é realizado pela Gerência de Controles Internos – Gecit, que atua no entendimento dos processos sob uma visão crítica voltada para controles, segregação de funções e conformidade.

Para determinar a criticidade dos processos a serem mapeados, a Gecit realizou a avaliação e adequação da metodologia proposta pela consultoria da PWC. Foram apurados os aspectos quantitativos e qualitativos dos macroprocessos corporativos e de negócios da Companhia.

Dessa forma, foram categorizados os processos e subprocessos passíveis de mapeamento e controle de efetividade.

Os riscos operacionais são classificados por intermédio da análise da probabilidade de ocorrência e de impacto financeiro. A metodologia utilizada segue padrões definidos pelo Controlador, baseando-se em informações referentes à frequência em que o processo é efetuado, bem como na ocorrência do risco nos últimos anos, mesmo que não tenha havido perda efetiva.

8. GOVERNANÇA CORPORATIVA

A Política de Governança Corporativa do Banco, com abrangência para todas as empresas do Conglomerado BRB, tem como objetivo estabelecer e consolidar os princípios e práticas corporativas adotados, buscando alinhar os interesses dos acionistas e demais *stakeholders*, além de agregar valor à Companhia e contribuir para sua perenidade.

Esta política tem por base as leis n.º 6.404/1976 – Lei das Sociedades por Ações e n.º 13.303/2016 – Lei das Estatais, o Decreto Distrital n.º 37.967/2017, o Estatuto Social da BRBCARD, o Código de Ética, o Código de Conduta e Integridade e demais políticas internas relativas às práticas de governança corporativa.

A atuação da Companhia está baseada em princípios éticos, aderentes à sua Missão, Visão e Valores, cujas estratégias são elaboradas pelos seus dirigentes e compartilhadas por todos os seus empregados e colaboradores, de forma a garantir o fortalecimento, a reputação e a integridade da Companhia no mercado.

A estrutura de Governança Corporativa da BRBCARD é composta por: Assembleia Geral de Acionistas, Conselho de Administração, Diretoria Colegiada, Órgãos de Fiscalização e Controle, além dos Comitês Estatutários do Controlador.

9. AGRADECIMENTOS

O resultado apresentado em 2022, mesmo diante de um cenário de recuperação lenta da atividade econômica, do consumo ainda retraído, da nova realidade nas formas de atendimento e das ofertas de financiamentos mais competitivos aos clientes, reflete a dedicação, o empenho e o comprometimento de nossos colaboradores e do Conglomerado BRB, além de demonstrar o êxito das estratégias adotadas para consolidarmos nossa posição cada vez mais relevante no mercado de meios de pagamentos regional.

Assim, agradecemos a toda equipe e, também, a confiança dos nossos clientes.

A Diretoria

Carlos Alberto C. Moreira Júnior
Diretor-Presidente

Carlos Alberto C. Moreira Júnior
Diretor Controladoria e Controles em Exercício

Luis Cássio de Oliveira
Diretor de Meios de Pagamento

Alex Rangel Alonso
Diretor de Operações, Pessoas, Administração e Segurança

Marcos Paulo Ilídio dos Santos
Diretor de Tecnologia

Expediente

| Publicação da BRBCARD S.A.
| SAUN QD. 5 BI. C TORRE III sala 701 e 801,
| Asa Norte, Brasília - DF, CEP: 70.040-250
| CNPJ: 01.984.199/0001-00

Conselho de Administração

| Membros Efetivos

Paulo Henrique Bezerra Rodrigues Costa
Dario Oswaldo Garcia Junior
Fabiano Pereira Côrtes
Cynthia Judite Perciano Borges

Conselho Fiscal

| Membros Efetivos

João Antônio Fleury Teixeira
Juliana Monici Souza Pinheiro
Wendel Lemes de Faria

Diretoria Executiva

Carlos Alberto C. Moreira Júnior
| Diretor-Presidente

Carlos Alberto C. Moreira Júnior
| Diretor de Controladoria
e Controle – DICCO em exercício

Luis Cássio de Oliveira
| Diretor de Meios
de Pagamento - DIMEP

Alex Rangel Alonso
| Diretor de Operações, Pessoas, Administração
e Segurança – DIOPP

Marcos Paulo Ilídio dos Santos
| Diretor de Tecnologia - DITEC

Elaborado por:

José Anderson Souza de Queiroz
Gerente de Controladoria em exercício

Felipe Rocha Rêgo
Coordenador de Orçamento e Custos

BRB.BancodeBrasilia

@BRB_oficial

/BRBoficial

@brb_bancodebrasilia

www.brb.com.br

BRB TELEBANCO 61 3322 1515

SAC BRB 0800 648 6161

OUVIDORIA 0800 642 1105

SAC/OUVIDORIA Pcd 0800 648 6162