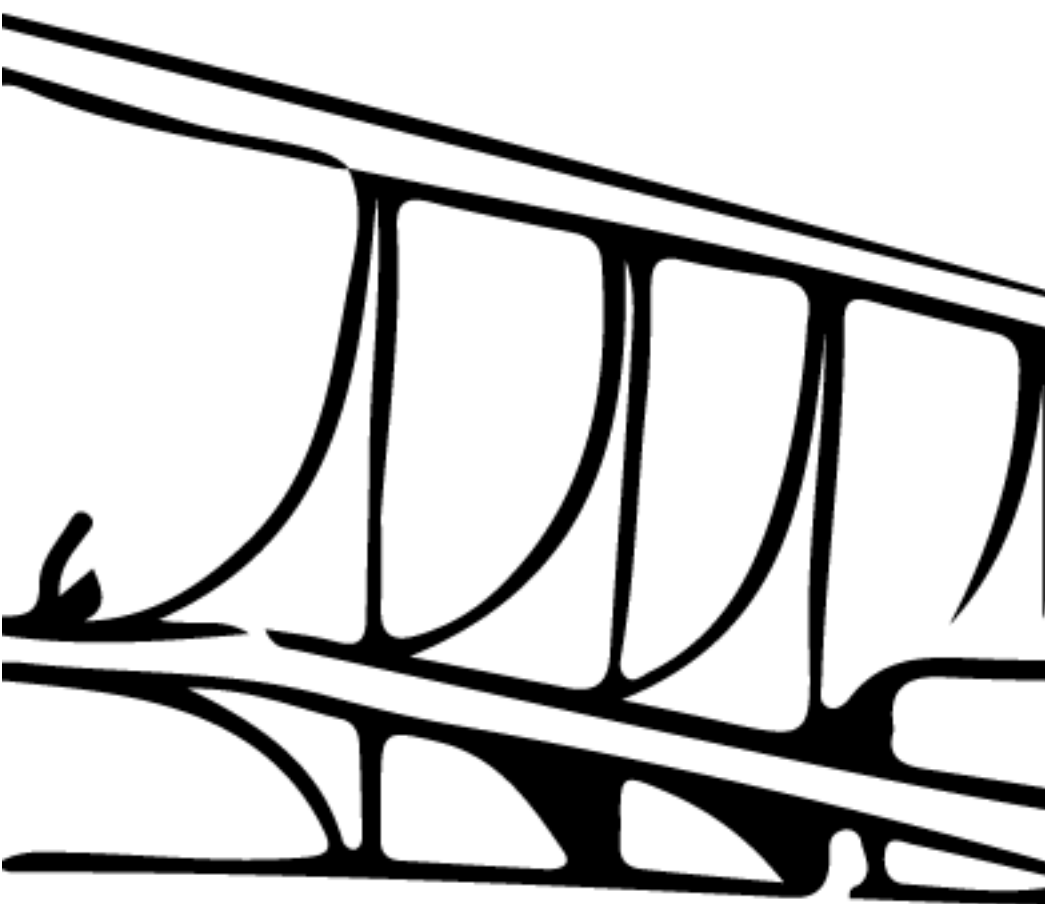


Relatório da Administração 2020





 **BRB**
CARD

SENHORES ACIONISTAS,

Apresentamos o Relatório da Administração da BRBCARD, relativo ao exercício 2020, 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.

Senhores acionistas,

Submetemos à apreciação de V.Sas. o Relatório da Administração e as Demonstrações Financeiras da Companhia, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2020, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, conforme as disposições legais em vigor.

1. A BRBCARD S/A.

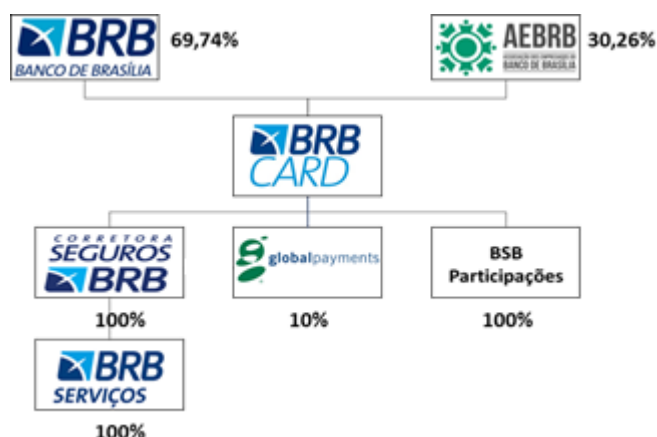
A BRBCARD S.A ("BRBCARD" ou "Companhia") é uma sociedade anônima fechada de direito privado, integrante do conglomerado BRB, cujo controlador é o Banco de Brasília S.A. Constituída em 23 de julho de 1997, tem como objetivo emitir e administrar o portfólio de produtos e serviços dos cartões associados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

Uma companhia genuinamente brasileira, que valoriza sua regionalidade e está sempre atenta às necessidades de seus clientes e do mercado de meios de pagamentos, 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 também está presente no segmento de Adquirência, por intermédio da *joint venture* formalizada com Global Payments South América Serviços de Pagamentos S.A.

Sem excluir outras regiões, a BRBCARD tem como principal território de atuação a Região Centro-Oeste, notadamente no Distrito Federal, a BRBCARD conta com a plataforma de distribuição do seu controlador BRB – Banco de Brasília para atender a esse mercado de consumo que, além das agências e correspondentes, possui importantes canais de atendimento, tais como: as Redes Cirrus e Plus, o Banco 24 Horas e a rede compartilhada com o Banco do Brasil S/A.

Abaixo, apresentamos a estrutura e composição acionária da BRBCARD



2. MERCADO DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO EM 2020

De acordo com a ABECS¹, a digitalização da economia segue acelerada, onde as compras remotas com cartão subiram quase 50% e impulsionaram o varejo. Além disso, o mercado de cartões conta com mais de 11 milhões de maquininhas espalhadas pelo país, aumento de 3 milhões de terminais em relação ao mesmo período de 2019. Em meio a pandemia, as compras remotas com cartão de débito têm forte alta no trimestre, impactadas pela Poupança Social Digital, produto vinculado ao auxílio emergencial, bem como o pagamento por aproximação cresceu 622,5% e movimentou R\$ 14,4 bilhões. Dessa maneira, a transformação digital de meios de pagamentos tem gerado inovação, qualidade e segurança aos seus usuários.

Dentre os aspectos que envolvem a transformação digital, a Inteligência Artificial continua sendo uma tendência que pode transformar positivamente a experiência do cliente. Como consequência dessa utilização, a empresa pode oferecer produtos e serviços de acordo com o perfil de necessidade e de interesse do seu cliente. Ela traz otimização para a criação de novos produtos junto à possibilidade de atingir uma vantagem competitiva e adequação aos seus objetivos e aos seus clientes.

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*.

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.

Vale destacar que com o advento de novas tecnologias para pagamentos *online*, é importante que investimentos em segurança sejam considerados, como por exemplo, a utilização de cartões DCCV (*Dynamic Card Verification Value*) que reduzem substancialmente o risco de transações fraudulentas em compras pela internet.

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 relacionadas aos meios de pagamentos no Brasil. Segundo a Associação Brasileira de Cartões de Crédito e Serviços - ABECS, o crescimento do mercado de cartões (emissor) encerrou 2020 com crescimento de 8,2%, prejudicado principalmente pela pandemia. A Pandemia do COVID mudou a forma de relacionamento do mercado, e com isso a economia e consumo se tornaram cada vez mais digital. A digitalização dos meios eletrônicos de pagamentos foram fundamentais com suas inovações que agregaram segurança e conveniência para os usuários.

Pelas estimativas da ABECS, o faturamento do mercado de cartões de crédito deve crescer entre 18% e 21% em 2021, impulsionado por vários fatores, como a digitalização do microempreendedor individual, a bancarização da população, a própria projeção do PIB para o ano, além de novas oportunidades, como a digitalização dos impostos, o pagamento instantâneo e outros temas relacionados à inovação”.

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

3. A BRBCARD EM 2020

3.1 Fatos Relevantes

O cenário econômico apresentado em 2020 trouxe algumas mudanças em relação ao observado no ano anterior. O panorama descrito pelo Idecon-DF² evidencia que a pandemia da COVID-19 teve importante papel na desaceleração do ritmo de atividade da economia local, afetando negativamente os segmentos dedicados ao fornecimento de bens e serviços considerados não essenciais para a população.

Os indicadores de crédito do Banco Central³, mostram que o total de transações com cartões de crédito, efetuadas por Pessoas Físicas, foi de R\$ 103,9 bilhões no mês de novembro de 2020. Estão incluídos nesse indicador operações de compra à vista e parcelados sem juros com cartões de bandeiras globais, regionais e *private labels*, reportados mensalmente ao Banco Central pelas instituições financeiras emissoras desses cartões.

No mês de novembro houve aumento de 10,8% em relação ao mesmo mês de 2019. O total faturado no período de dezembro de 2019 a novembro de 2020 foi de R\$1.027 bilhões, aumento de 2,2% em relação ao mesmo período de 2019.

A inflação permaneceu controlada, atingindo o índice de 4,52% em 2020. Já a taxa básica de juros (Selic) saiu de 4,5% no mês de janeiro para 2% ao ano em dezembro.

O dólar, por sua vez, encerrou o ano próximo a R\$ 5,18. Já o Ibovespa, principal índice da bolsa brasileira, terminou 2020 em sua máxima histórica, 119,5 mil pontos. Cabe destacar que a pandemia teve impacto relevante.

No ano de 2020 foi possível acompanhar a transformação nos processos na BRBCARD, os quais se tornaram mais ágeis, eficientes, flexíveis, com boa orientação e capacidade de adaptação e lançamento de novos e antigos produtos atrelados as necessidades dos clientes.

Com todas as mudanças, a empresa voltou a se posicionar para um desenvolvimento regional significativo principalmente em meio a pandemia, e com isso gerou resultados expressivos se comparados a anos anteriores, decorrentes da maior sinergia de todo o conglomerado, que tornou os projetos e ações lineares, em um único direcionamento estratégico.

Em 2020, a BRBCARD foi um dos principais destaques entre os atores do mercado de cartões brasileiro com diversos produtos em nosso portfólio, tornou-se emissora dos cartões Flamengo e seguiu com o protagonismo de agente das políticas sociais no Distrito Federal. Não apenas se consolidou, mas cresceu no número de vendas e ativações dos seus produtos, demonstrando solidez e sustentabilidade dos seus negócios.

Considerando a evolução das vendas de cartões de crédito da BRBCARD, em 2020, a BRBCARD cresceu 76% comparado ao ano de 2019 e quanto as ativações, cresceu 48% comparado ao mesmo ano.

² https://agenciabrasilia.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2020/09/Boletim_de-Conjuntura_do_DF_2%C2%BA_Trimestre-2020.pdf

³ Indicadores Cardmonitor 11/2020

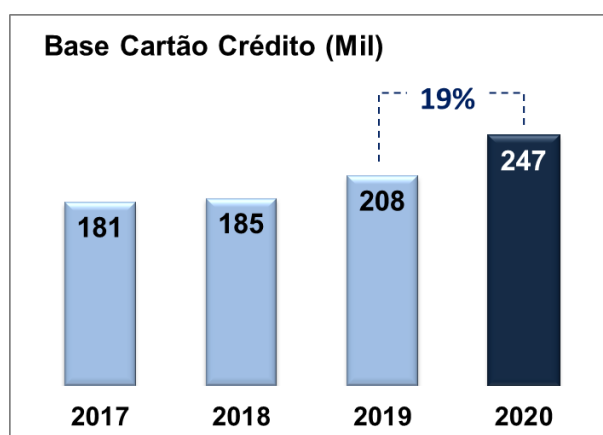
Relatório da Administração 2020



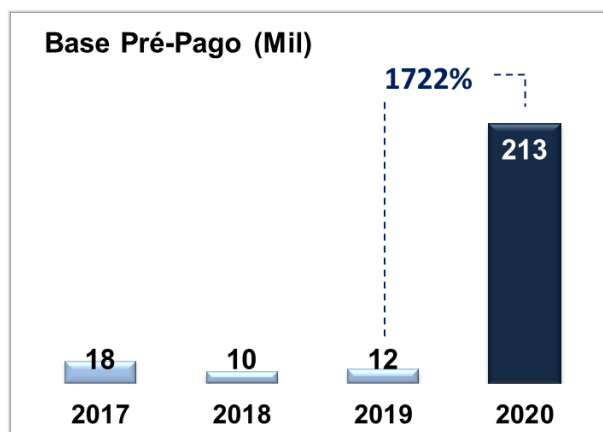
VENDAS	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
2019	4.677	4.765	4.115	4.911	7.747	5.873	6.110	15.809	11.542	12.726	8.549	13.436	100.260
2020	16.936	13.530	16.127	12.349	12.206	13.263	11.277	19.742	13.924	15.024	15.930	16.661	176.969

ATIVAÇÃO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
2019	2.837	2.774	2.636	3.304	3.252	4.215	4.086	5.250	6.661	4.852	5.351	6.950	52.168
2020	6.623	6.289	5.703	5.080	5.168	5.587	4.935	5.813	7.072	7.744	8.497	8.937	77.448

As ações de venda, ativação e retenção resultaram no crescimento de 19% na base de cartão de crédito ativa, atingindo 247 mil cartões em 2020.

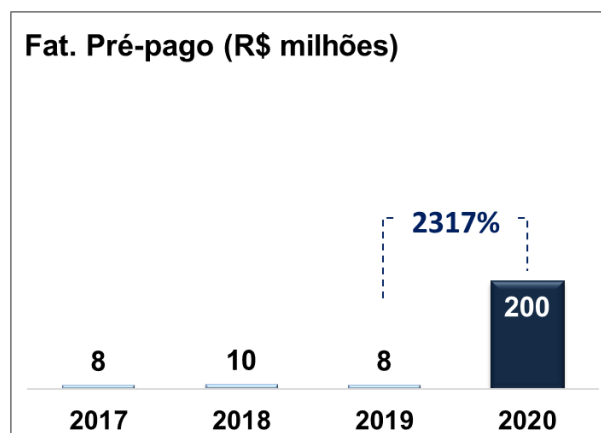
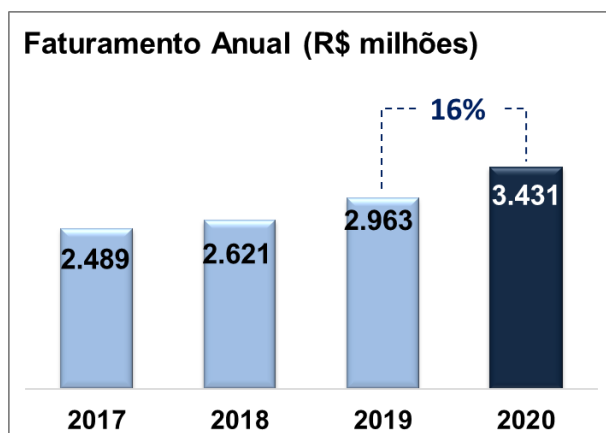


A base de cartões pré-pagos atingiu o montante de 213 mil, crescimento de 1722%, alavancado principalmente pela emissão dos cartões sociais em 2020.



O índice de inadimplência da BRBCARD fechou 2020, 48% abaixo do mercado visto que a taxa apurada pelo Sistema Financeiro Nacional foi de 4,56% e a BRBCARD fechou em 2,37% em 2020.

Crescimento do Faturamento: A BRBCARD apresentou um faturamento de cartão de crédito de R\$ 3,431 bilhões, 16% superior ao realizado em 2019. Cabe destacar que em meio a pandemia, as ações implementadas pela companhia alavancaram o faturamento do 2º semestre atingindo a média 18% acima do mesmo período de 2019, decorrentes do aumento no consumo dos clientes. Em relação aos cartões pré-pagos o faturamento foi de R\$ 200 milhões, 2317% superior ao realizado em 2019.



Ainda no que se refere ao faturamento, destacam-se a receita de intercâmbio, que alcançou R\$ 54,1 milhões, resultado 20% acima do ano de 2019. A elevação da receita de intercâmbio é diretamente proporcional ao aumento do faturamento, ou seja, consumo dos clientes.

Novos Produtos e Serviços:

1 - Fatos relevantes:

Escolha de Bandeira Preferencial: No decorrer de 2020, foi elaborada e implementada a ação de escolha de parceria estratégica com bandeira preferencial. Desta forma, foram entabuladas negociações com a VISA e a Mastercard, sagrando-se essa última a vencedora do certame com respectiva formalização dos contratos tendo como objetivos o incremento das receitas, aumento das carteiras e fidelização de clientes, aumento de faturamento, revisão dos processos e diversificação do portfólio, dentre outros.

Além das projeções de ganhos econômico-financeiros, os estudos conduziram ainda, à conclusão de que a formação de tal parceria estratégica representa oportunidade para o BRB alcançar os seguintes objetivos e benefícios:

- Proporcionar melhor retorno no recebimento dos incentivos;
- 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;
- Receber valores em adiantamento (*upfront*);
- 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.

Cartões Sociais: Em 2020 foram lançados os programas sociais Prato Cheio, Bolsa Alimentação, Cesta Alimentação, Renda Emergencial e Mobilidade Cidadã, pelo Governo do Distrito Federal – GDF, operacionalizados pelo BRB/BRBCARD, para o enfrentamento da pandemia COVID – 19, assistindo à população menos favorecida do Distrito Federal. Somados, os programas ajudaram mais de 140 mil moradores do DF, injetando mais de R\$ 180 milhões na economia local.

2 - Parcerias Negociais e Estratégicas:

Trata-se de parcerias negociais e estratégicas realizadas com os objetivos de fortalecer a imagem do BRB, de agregar valor à marca posicionada no mercado de meio eletrônico de pagamentos e diversificar o portfólio de produto da BRBCARD, além de alavancar a base de clientes do conglomerado BRB, buscando o aumento do faturamento e, respectivamente, das receitas advindas sobre a comercialização de produtos com as marcas parceiras.

Anajustra: Parceria do tipo *co-branded* entre o BRB e a Associação Nacional dos Servidores da Justiça do Trabalho, para a qual foram desenvolvidos os cartões pós-pagos, múltiplo e puro crédito, com a bandeira VISA e nas variantes Platinum e Infinite. Os produtos foram lançados em julho de 2020.

OAB DF e OAB Nacional: Parceria do tipo *co-branded* entre a Cartão BRB S/A e a Ordem dos Advogados do Brasil, para a qual foram lançados, em fevereiro de 2020, os cartões pós-pagos, múltiplo e puro crédito, com a bandeira Mastercard e nas variantes Gold, Platinum e Black. Tais produtos destinam-se à base de associados à OAB aos quais foram vinculados benefícios exclusivos.

Flamengo: Parceria entre o conglomerado BRB e o Clube de Regatas Flamengo, na qual o modelo de negócio foi baseado na exposição recíproca das marcas e contrapartidas mútuas, regendo-se por um plano de negócios composto por soluções bancárias, de seguridade, de meios de pagamento e de relacionamento. Para esta parceria a BRBCARD promoveu as ações de customização para comercialização de cartões do tipo *co-branded*, nas modalidades pós-pago e pré-pago. Foram lançados cartões pós-pagos com a bandeira Mastercard, nas variantes Internacional, Gold, Platinum e Black, como também, foram lançados, até dez/2020, 04 cartões pré-pagos com *card designs* exclusivos para torcedores do clube. Os produtos foram lançados em julho de 2020.

3 - Novos Produtos

Cartão CME 2020: Benefício disponibilizado pelo GDF para aquisição de material escolar, lançado no dia 05/02/2020. Foram 69.845 cartões carregados, e valor de carga realizada de R\$ 33.209.840,00.

Cartão Bolsa Alimentação: Benefício disponibilizado pelo GDF com o objetivo de assegurar o direito à alimentação para alunos matriculados na rede pública. Lançado no dia 19/03/2020, com 68.065 cartões carregados com valor total disponibilizado de R\$ 89.001.102,27.

Cartão Cesta Alimentação: Benefício disponibilizado pelo GDF, considerando o período de suspensão das atividades nas creches, para crianças matriculadas na Rede Pública. Lançado no dia 27/03/2020, com 21.768 cartões carregados com valor total disponibilizado de R\$ 31.506.893,49.

Cartão Renda Emergencial: Benefício concedido as famílias de baixa renda para enfrentamento do COVID-19 e que não estavam inscritas em nenhum outro Programa Social do GDF. Lançado em 23/05/2020, com 9.956 cartões carregados e com valor com valor total disponibilizado de R\$ 4.127.815,65.

Cartão Prato Cheio: Benefício concedido pelo GDF às famílias de baixa renda para compra de alimentação básica, para garantia da segurança alimentar. Lançado em 25/05/2020, com 35.971 cartões carregados e com valor total disponibilizado de R\$ 51.564.000,00.

Cartão Mobilidade Cidadã: Auxílio financeiro concedido pelo GDF aos proprietários de veículos destinados ao transporte coletivo, escolar e de turismo, em razão do enfrentamento a pandemia

Relatório da Administração 2020



Covid-19. Lançado em 11/07/2020, quantidade de 1.707 cartões e valor disponibilizado de R\$ 8.188.800,00.

App BRB Social: Publicado no dia 22/05/2020 o App BRB SOCIAL específico para atendimento aos beneficiários dos programas sociais, onde é possível acompanhar o valor do seu benefício, além das transações realizadas e possibilidade de desbloqueio do cartão.

Cartão Anajustra: Cartão *co-branded* Visa em parceria com a ANAJUSTRA emitido nas variantes: Platinum e Infinite.

Cartão OAB Nacional: Cartão *co-branded* Mastercard em parceria com a OAB Nacional emitido nas variantes: Gold, Platinum e Black.

Cartão OAB DF: Cartão *co-branded* Mastercard em parceria com a OAB DF emitido nas variantes: Gold, Platinum e Black.

Projeto Parceria Flamengo Pós-Pago: Cartão *co-branded* Mastercard em parceria com o Flamengo emitido nas variantes: Internacional, Gold, Platinum e Black.

Projeto Parceria Flamengo Produto Pré-pago: Cartões pré-pagos Flamengo: Pré-pago, Edição Limitada Bicampeão 1, Edição Limitada Bicampeão 2 e Edição Comemorativa 125 anos.

Seguridade: Oferta de nova modalidade de seguro, Prestamista, para toda a base de clientes, por meios dos canais Mobile e Central de Atendimento BRBCARD.

Solução de captura de meios eletrônicos de pagamento - HUB de Pagamento: Plataforma integrada à Global Payments para captura do pagamento de contas (convênios e títulos) por meio de cartão de crédito. Em 28/10/2020 foi implantada a primeira operação com a Companhia Energética de Brasília - CEB em parceria com o BRB e a BRBCARD.

Principais Ações:

BRB Vip Club:

Foi lançado em março a Sala BRB VIP Club, um espaço exclusivo no Aeroporto de Brasília, no qual os clientes do conglomerado BRB podem usufruir de um espaço aconchegante e exclusivo enquanto aguardam o seu voo ou apenas aproveitam os benefícios e serviços que o espaço oferece. A Sala possui raio-x exclusivo, salas de reunião, *lounges* individuais, serviço de open bar e open food, acesso pelo embarque ou praça de alimentação, ATM com compra de moeda estrangeira, e business center.

Em razão do período de pandemia que se instaurou na nossa realidade, a BRBCARD promoveu ação em caráter emergencial, liberando o acesso à sala para todos as variantes de cartão e não contabilizou os acessos dos cartões elegíveis da cota anual dos clientes.

Comunicação Digital: Foi ampliado em 2020 a atuação nas redes sociais com fotos autorais, recorrência e foco no atendimento, o que garantiu o selo de verificação dos perfis BRBCARD.

Patrocínios e Eventos De Destaque: Durante o ano de 2020 foram priorizados vários projetos que permitiram ampla visibilidade da marca, experiência com clientes e utilização do cartão, dentre eles destacam-se o BRBPLAY – Aniversário de Brasília, Live Di Propósito e Dia das Mães, Live Rick e Rangel, G7 Teatro em casa, Live Henrique e Ruan no dia dos namorados, Live São João com Negro Rainer, Festival Drive-in no aeroporto, Drive Show, Drive-in Taguatinga Shopping, Casa Cor, Projeto Yard Hiden, Festival Sabores na mesa e 125 anos do Flamengo, expondo a marca e vantagens dos produtos e serviços.

Ações De Relacionamento: O propósito da marca é promover mudanças positivas na vida das pessoas e da sociedade, com entregas de produtos e serviços atentos as necessidades e buscando a melhor experiência para todos os que se relacionam a marca BRBCARD, assim em 2020 foram aproveitadas as principais datas comemorativas e comerciais para promover benefícios aos clientes.

Como destaque, tem-se a campanha do Dia dos Namorados onde a BRBCARD, em parceria com o Manhattan Plaza Hotel e o chef Dudu Camargo, ofereceu uma experiência de entretenimento HOTEL IN. O Hotel ofereceu para o evento os serviços que incluem: jantar completo com espumante, hospedagem e café da manhã. O hóspede assistiu ao show da varanda do quarto ou pela TV. A audiência da TV foi de 3.3 pontos, com estimativa de 90 mil domicílios e 150 mil indivíduos impactados.

Além disso, campanhas de bonificação de pontos, isenção de anuidade e descontos e diferenciais comerciais aconteceram nos períodos de aniversário da BRBCARD, aniversário do BRB, mês do cliente e Black Friday.

Programa de Fidelidade: O Programa Curtaí em 2020 iniciou uma fase de expansão incluindo novos parceiros para o catálogo. Foram firmadas parcerias com Petz, Tok&Stok, Hotéis.com, Dafiti, Cia Toy, Evino, Renner, Sephora, Magalu, Pookie Pet, Victor Hugo, Calvin Klein, Lakes, Ticiane Werner e Restaurante Universal.

Capacitação e Desenvolvimento: No ano de 2020, a gestão de pessoas se pautou em cuidar da saúde de seus colaboradores, neste sentido a BRBCARD realizou mais de 340 testes de Covid-19 em seus colaboradores, o que representa um investimento de mais de R\$ 57.000,00 em saúde além da aplicação de mais de 150 doses de vacina contra a gripe, sem custo para os seus colaboradores. Em relação ao processo de treinamento e capacitação, em 2020, foram realizadas mais de 19.000 horas/aula, sendo 18.868 na modalidade EAD e 323 presencial, o que gera um total de 97 horas per capita por colaborador, um aumento de mais de 44% em relação ao ano anterior. A BRBCARD foi novamente certificada como uma empresa GPTW, pelo 3º ano consecutivo (2020) e garantiu a certificação para o ano de 2021, uma vez que aplicou novamente a pesquisa em dezembro de 2020.

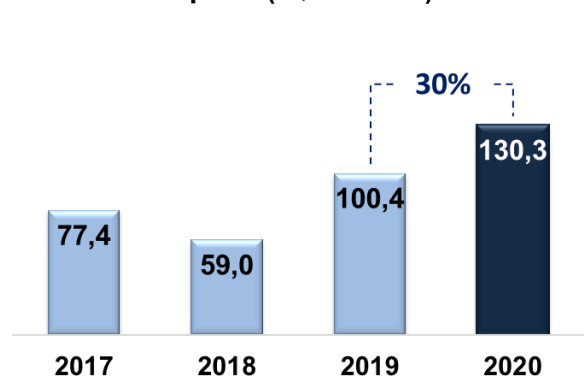
3.2 – Desempenho Econômico-Financeiro

Resultado Líquido

Com a inesperada pandemia da Covid-19 logo no início de 2020, fatores econômicos e sociais exigiram o rápido reposicionamento da empresa em suas operações, especialmente no que se refere à operacionalização dos programas sociais emergenciais implementados e pela necessidade de recomposição da queda do faturamento observada nos primeiros meses do ano, que chegou a alcançar uma queda de 16% em abril.

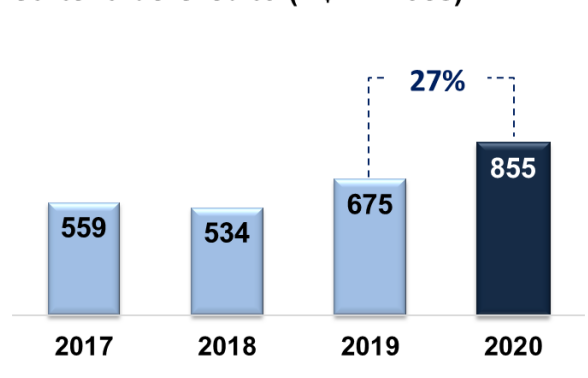
Para isso houve as ações do SUPERA DF, que englobava oferta de parcelamentos, de renegociação de dívidas com taxas diferenciadas e desconto na anuidade. Apesar do ano desafiador a BRBCARD obteve um resultado líquido de R\$ 130,3 milhões, o melhor da sua história, e um Retorno sobre o Patrimônio Líquido – ROE de 21,7%.

Resultado Líquido (R\$ milhões)



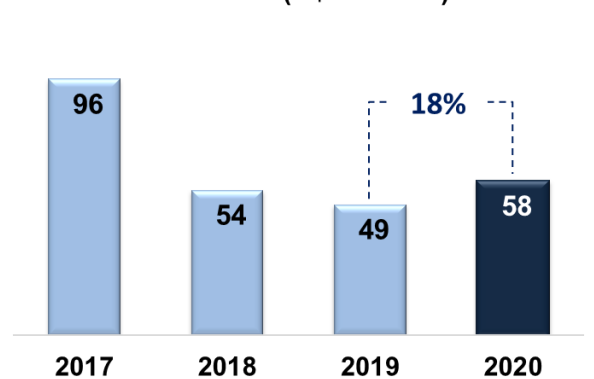
No encerramento do exercício, o saldo total da carteira com operações de cartão de crédito da Companhia foi de R\$ 855 milhões (R\$ 675 milhões – 2019), representando um aumento de 26,7% em relação ao fechamento do exercício anterior. Em 31 de dezembro de 2020 o saldo da provisão para valor recuperável das operações com cartões de crédito foi de R\$ 24,7 milhões (R\$ 28,7 milhões – 2019), que somado ao resultado da companhia, expressa uma maior qualidade do crédito concedido e controle da inadimplência.

Carteira de Crédito (R\$ milhões)

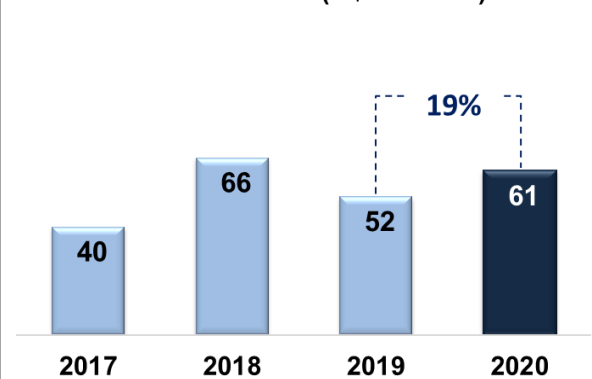


Já a receita com juros ao portador atingiu o valor de R\$ 152,7 milhões, resultado 19% acima do obtido no ano de 2019. Essa elevação deve-se principalmente ao crescimento da carteira, bem como, maior adesão as modalidades de financiamento oferecidos pela companhia.

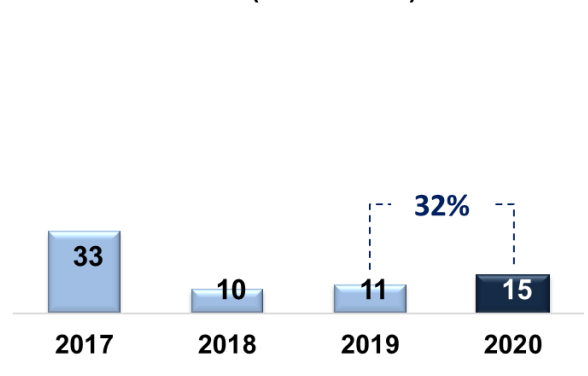
Receita de Rotativo (R\$ Milhões)



Enc. Parc. Automático (R\$ Milhões)

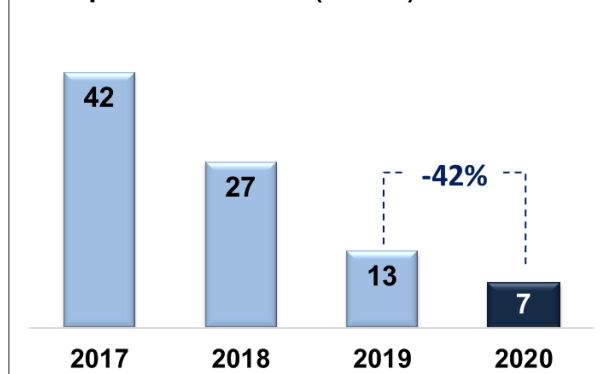


Enc. Parc. Fatura (R\$ Milhões)



Em 2020, a despesa financeira reduziu em R\$ 5 milhões em relação a 2019, decorrente da redução das taxas de captação e de ganho de eficiência em rotinas relacionadas ao processamento dos pagamentos de faturas nos canais do BRB.

Despesa Financeira (R\$ mil)



Patrimônio Líquido

O Patrimônio Líquido alcançou R\$ 549,6 milhões em dezembro de 2020, um crescimento de 2,6% em relação ao exercício de 2019, que foi de R\$ 535,5 milhões. Em termos de rentabilidade, o retorno gerado sobre o Patrimônio Líquido Médio Ajustado foi de 21,7%.

Ativos Totais

Os ativos totais atingiram o montante de R\$ 1,389 bilhão ao final de 2020, apresentando um aumento de 19% em relação ao mesmo período de 2019. O crescimento apresentado derivou, principalmente, das contas a receber de clientes, outros créditos e participações em coligadas.

3.3 – Participações Societárias

No exercício de 2020, a BRBCARD reconheceu R\$ 83,8 milhões de resultados advindos de participações societárias. O resultado foi 19% superior ao apurado em 2019.

Corretora Seguros BRB

A BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A. é uma empresa do Conglomerado BRB, controlada 100% pela Cartão BRB S.A., 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.

Em 2020, a Corretora alcançou o melhor resultado da sua história: R\$ 84,986 milhões de lucro líquido, crescimento de 21% ante o montante registrado em 2019 (R\$ 70,367 milhões). O desempenho é atribuído principalmente ao aumento das receitas de comissões, em função da adoção de estratégias de alavancagem das vendas de produtos de seguridade para a base de clientes do BRB, sustentada pela revitalização do portfólio de produtos, novas parcerias comerciais, disponibilização de produtos e serviços aos clientes nos canais virtuais (mobile e site), investimento em pessoas, entre outros. A Companhia encerrou o exercício com um Patrimônio Líquido de R\$ 101,600 milhões e rentabilidade do patrimônio líquido de 77%.

No decorrer de 2020, Corretora promoveu ações de modernização tecnológicas voltadas ao negócio com destaque à evolução do aplicativo mobile com a implantação de novos serviços e produtos. Foram desenvolvidas estratégias de marketing digital para melhorar a presença online da Corretora Seguros BRB. Para isso, o website e o aplicativo da Companhia foram reformulados para melhorar a experiência do usuário e o posicionamento da marca nos mecanismos de busca, de forma orgânica (SEO). Em virtude da pandemia Covid 19, o lançamento de produtos digitais foi priorizado, entre eles os seguros residenciais, de vida, odonto, auto e viagem, todos com contratação via aplicativo e site. Foi implementado também o seguro de acidentes pessoais no aplicativo do banco digital, em parceria com o Flamengo (Nação BRB FLA), diversificando a carteira de clientes. O produto conta com assistência de telemedicina, aderente ao atual momento vivido pela sociedade.

Para incrementar e revitalizar o portfólio de produtos, foram agregadas novas parcerias para oferta do seguro habitacional e consórcios. Implementado também o novo seguro prestamista, visando a quitação das faturas de cartões de crédito, em parceria com a BRBCARD, reduzindo o percentual de inadimplência causada por morte e proporcionando o incremento de receita com a venda do produto. Com foco no cliente PJ, foram lançados os seguros empresariais e nichos específicos.

No ano de 2020 a Corretora também foi certificada como umas das melhores empresas para se trabalhar, pela Great Place To Work - GPTW e em julho deste mesmo ano, a Corretora foi reconhecida regionalmente por esta mesma pesquisa, fazendo jus ao selo de Melhor Empresa Para se Trabalhar no Centro-Oeste. Em dezembro a Pesquisa GPTW foi replicada e obteve-se a prorrogação da certificação de melhor empresa para se trabalhar, com validade até 15/12/2021.

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. Desde 2019, vem ampliando seu leque de atividades, focando na prestação de serviços de Atendimento, Cobrança, *Contact Center*, Vendas, Tecnologia da Informação e Gestão de Sistemas Logísticos.

2020 foi um ano desafiador marcado pela agilidade e flexibilidade da BRB Serviços em prover serviços necessários para o enfrentamento dos efeitos econômicos e impactos sociais da

pandemia no Distrito Federal. A BRB Serviços, por meio de ações conjuntas com o BRB Banco de Brasília S.A e o Governo do Distrito Federal, vêm atuando no Programa Supera-DF; Programa Renda Emergencial e na Entrega de Medicamentos de Alto Custo em Domicílio.

A BRB Serviços registrou um faturamento de R\$ 66,6 milhões em 2020, 111,7% maior que o registrado no ano anterior, e um lucro líquido de R\$ 3,2 milhões.

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 integral, em quaisquer ramos, bem como subscrever e/ ou adquirir valores mobiliários.

Em 2020, a empresa, que ainda está em modo pré-operacional, apresentou um prejuízo de R\$ 20 mil em função da despesa obrigatória com auditoria. Ao final do exercício foi registrado um Patrimônio Líquido de R\$ 17 mil.

4. 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 Cartão BRB gerencia seus riscos e suas necessidades de capital em sintonia com as diretrizes e os princípios emanados de seu Controlador, o BRB – Banco de Brasília S/A.

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.

4.1. Risco de Liquidez

No intuito de honrar eficientemente suas obrigações financeiras e proteger seu patrimônio, a Cartão BRB 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 Cartão BRB 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.

4.2. Risco Operacional

O mapeamento dos riscos operacionais tem por objetivo a identificação, mensuração, controle, mitigação e monitoramento das fragilidades que possam sujeitar a Cartão BRB 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 corporativo 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 impacto financeiro. A metodologia utilizada segue padrões do controlador, baseando-se em informações referentes à frequência em que o processo é efetuado, bem como a ocorrência do risco nos últimos anos, mesmo que não tenha havido perda efetiva.

5. Governança Corporativa

A Política de Governança Corporativa do BRB – Banco de Brasília S.A., com abrangência para todas as empresas do conglomerado, 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 Instituição e contribuir para sua perenidade.

Esta política tem por base as leis nº 6.404/1976 – Lei das Sociedades por Ações, nº 13.303/2016 – Lei das Estatais, o Decreto Distrital 37.967/2017, o Estatuto Social da Cartão BRB, o Código de Ética, o Código de Conduta e Integridade e demais políticas internas relativas às práticas de governança corporativa, consolidadas neste documento.

A atuação da Cartão BRB 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 Cartão BRB é composta por: Assembleia Geral de Acionistas, Conselho de Administração, Diretoria Colegiada, Órgãos de Fiscalização e Controle, além dos Comitês Estatutários do controlador, BRB – Banco de Brasília S.A.

6. Agradecimentos

O resultado apresentado em 2020, mesmo diante de um cenário de recuperação lenta da atividade econômica, do consumo ainda retraído, da nova realidade nas formas de atendimento e da oferta 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.

Brasília, 11 de janeiro de 2021.

A Diretoria

Márcio Vieira Recalde
Diretor-Presidente

Flávio Ferreira dos Santos
Diretoria de Pessoas, Administração,
Tecnologia e Finanças

Hugo de Moraes Pinto
Diretor Controladoria, Controles e
Segurança

Maria do Socorro Gusmão da Silva
Diretora de Negócios, Operações, Produtos e Cobrança

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
Laércio Barros Júnior
Paulo Antônio de Carvalho

Conselho Fiscal

| **Membros Efetivos**

João Antônio Fleury Teixeira
Flávio Eduardo Arakaki
Juliana Monici Souza Pinheiro
Antônio Carlos Alves Barros
Carlos César Borges

Diretoria Executiva

Márcio Vieira Recalde
| **Diretor-Presidente**

Flávio Ferreira dos Santos
| **Diretor de Administração, Tecnologia**
e Finanças - DIPAT

Hugo de Moraes Pinto
| **Diretor de Controladoria, Controles**
e Segurança - DICCO

Maria do Socorro Gusmão da Silva
| **Diretor de Negócios, Operações, Produtos**
e Cobrança - DINOP

 BRB.BancodeBrasília

 @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**