

Great
Place
To
Work®

Certificada
2023
BRASIL

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2023

 **BRB**
CARD





 **BRB**
CARD





Ao BRB Banco de Brasília S.A.,

Apresentamos o Relatório da Administração da BRBCard, relativo ao exercício de 2023, 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 Contábeis da Companhia, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2023, 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, soluções de captura, aquisição e programas de *Loyalty*.

Emissora de cartões de crédito e de cartões pré-pago, a BRBCard oferece um amplo portfólio de produtos para oferta a todos os segmentos da sociedade brasileira, de cartões de crédito para o cliente mais digital a cartão de crédito para o segmento de altíssima renda e cartões pré-pago para uso geral, de Multibenefícios e de uma imensa gama de produtos voltados para atender à crescente demanda de programas governamentais de cunho social.

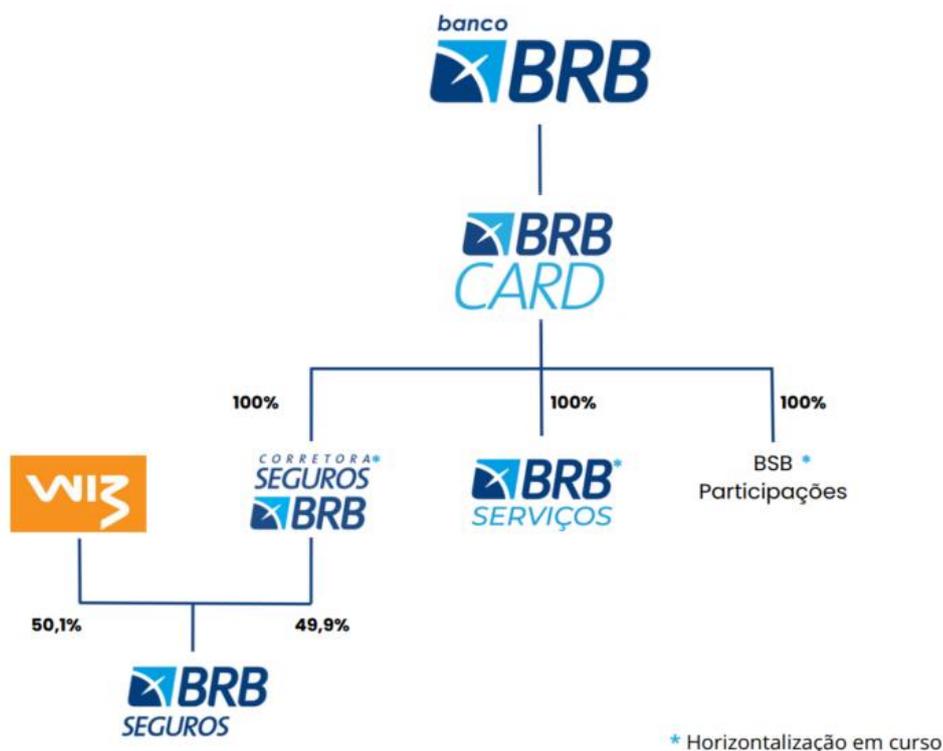
Sua atuação no mercado de meios de pagamento se dá como “participante emissor” dos arranjos de pagamento Visa, MasterCard e Elo, bem como em plataformas próprias de distribuição do BRB. A BRBCard está presente também no segmento de Adquirência, por intermédio da BRBPAY, participante dos principais arranjos de pagamento aberto e de inúmeras operações em arranjos regionais e/ou fechados.

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.

A expansão segue com ações de visibilidade e ampliação da aceitação por meio da subadquirente BRBPAY, com projetos estabelecidos no RJ, SP, GO, BA e PB.

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 Controlador.

Abaixo, destaca-se a estrutura e a composição acionária da BRBCard em 31/12/2023.



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 e viabilizar novos negócios, compreendendo 4 fases:

Fase 1: Permuta de ações entre GDF e AEBRB;

Fase 2: Tornar a BRBCard subsidiária integral do BRB. Este movimento foi concluído em 23/03/2023 com a compra pelo Banco junto ao GDF das ações com representação de 30,26% do capital social da BRBCard;

Fase 3: Em 31/07/2023, a AGE efetivou a cisão parcial da BRB Administradora e Corretora de Seguros, na qual, com base no valor equivalente à participação na BRB Serviços, transferiu parte do seu patrimônio à BRBCard;

Fase 4: Na AGE foi aprovada, também, a cisão parcial da BRBCard e a transferência das participações acionárias na Corretora BRB, BRB Serviços e BSB Participações para o BRB. A conclusão da fase 4, ocorreu em 12/01/2024 após finalização dos registros contábeis.

O processo de horizontalização das empresas teve como propósito, trazer benefícios para o Conglomerado BRB e acionistas, alinhando o Banco às melhores práticas de governança e gestão.

Ainda no contexto da organização societária, em fevereiro de 2023, foi concluída a venda da participação acionária da BRBCard na *Entre Payments*.

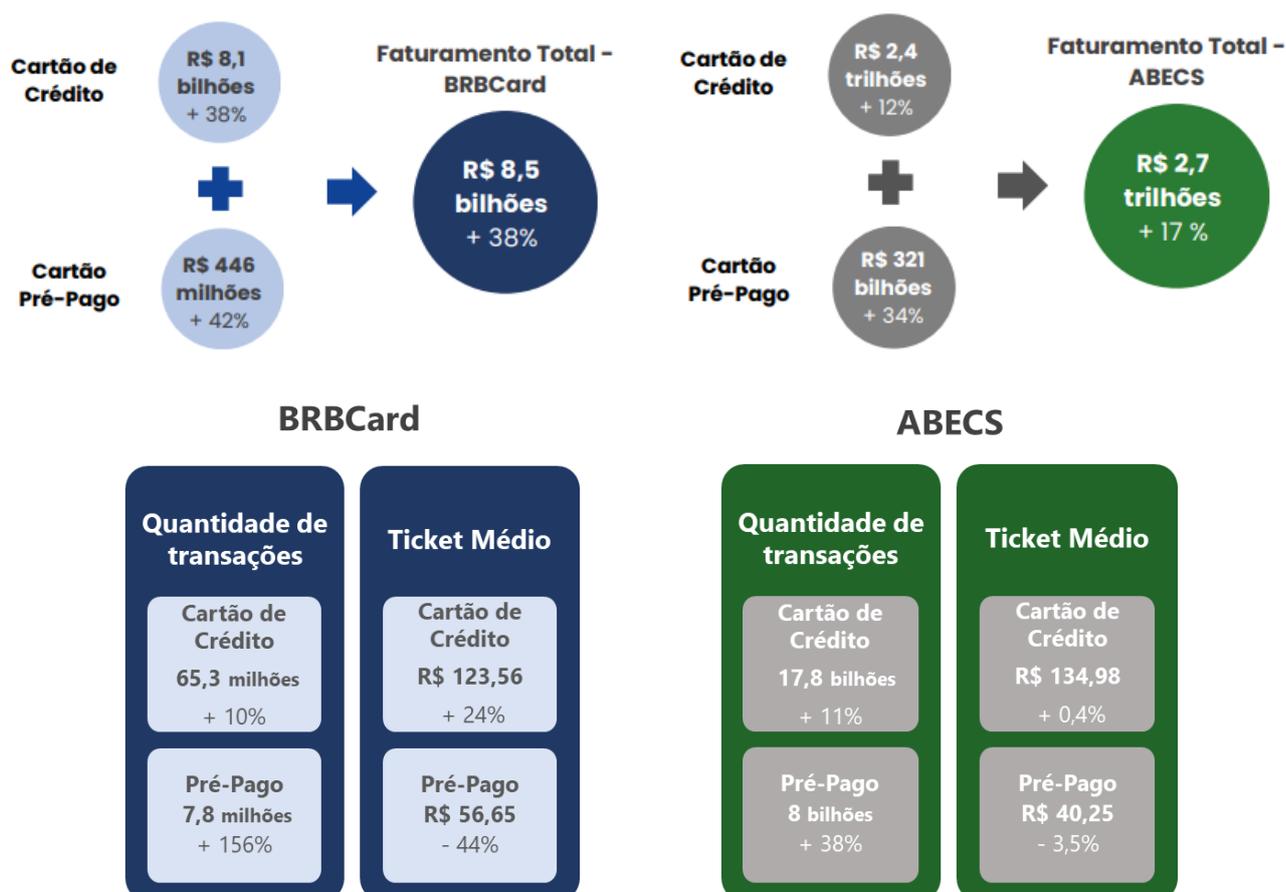
2. MERCADO DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO EM 2023

De acordo com a ABECS¹, no ano de 2023, o uso dos cartões ultrapassou 42,2 bilhões em transações, crescimento de 13% quando comparado ao ano anterior. Do total, 17,8 bilhões (+11%) correspondem ao cartão de crédito, 16,3 bilhões (5%) ao cartão de débito e 8 bilhões (38%) ao cartão pré-pago.

As compras realizadas com cartões e outros dispositivos por aproximação cresceram 70,1%, quase R\$ 1 trilhão anual, impulsionando o volume transacionado. No ano foram, em média, 50 milhões de pagamentos por aproximação, apresentando crescimento na quantidade total de compras em 60,3%, se comparado ao ano de 2022.

Outro fator importante foi o aumento dos gastos dos brasileiros no exterior, alta de 38%. O valor total movimentado foi de US\$ 13,2 bilhões, superando os anos pré-pandemia, 13,3% superior em comparação ao ano de 2019 (pré-pandemia), evidenciando a recuperação dos padrões de consumo internacional por parte dos brasileiros.

No cenário apresentado pela ABECS, as empresas de meios de pagamento encerraram o período com aumento no faturamento em 17%. A BRBCard esteve à frente, com crescimento de 38%.



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

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.

3. CENÁRIO MACROECONÔMICO

O cenário macroeconômico de 2023 apresentou mudanças em relação ao observado no ano anterior. O panorama descrito pelo Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal - IPEDF evidencia que o cenário internacional foi mais favorável à economia brasileira.

O real valorizado frente ao dólar norte-americano e o preço das *commodities*, como petróleo, soja e minério de ferro mais valorizados no mercado internacional, contribuíram para maior competitividade dos produtos brasileiros no mercado.

Esses fatores contribuíram para melhorar o desempenho da balança comercial brasileira, o que ajudou a reduzir o déficit em conta corrente, além da valorização do real e do recuo da inflação.

Importante destacar que o cenário externo foi pautado principalmente pelas discussões ao redor da taxa de juros americanos que, em março de 2023 chegou à 5%, (maior nível desde 2007), ao menor crescimento da economia chinesa desde 1990, escalada da guerra entre Rússia e Ucrânia e sobre as pressões externas principalmente no petróleo em decorrência da guerra entre Hamas e Israel.

De maneira a reforçar o combate à inflação e aliado aos ajustes fiscais realizados pelo Governo iniciou-se, em 2023, o ciclo de queda da taxa de juros, a Selic, encerrando o ano em 11,75%. Houve também a limitação da alíquota de Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias ICMS) e sobre Prestações de Serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação (incidentes sobre bens e serviços relacionados aos combustíveis, ao gás natural, à energia elétrica, às comunicações e ao transporte coletivo. A inflação, por sua vez, desacelerou e atingiu, em dezembro, 4,62%.

O dólar encerrou dezembro a R\$ 5,08. Já o Ibovespa, principal índice da bolsa brasileira, terminou o período com 134.185 mil pontos, alta de 22,28% quando comparado a 2022.

4. A CARTÃO BRB S.A. EM 2023

No ano, 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.

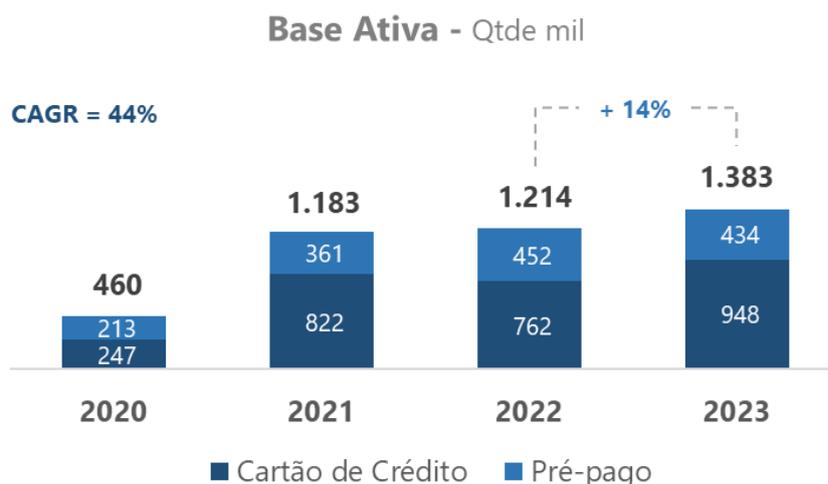
Além da atenção à jornada do cliente, a companhia também se atentou à proteção de dados, com a implementação das medidas exigidas pela Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. Nesse contexto, cada vez mais digital, a área de TI e segurança também tiveram que se adequar às mudanças impostas pelo mercado, melhorando as interfaces, a proteção de dados, o *onboarding* 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 da maior sinergia de todo o Conglomerado BRB, que tornou os projetos e ações alinhados a um novo direcionamento estratégico.

4.1 Expansão

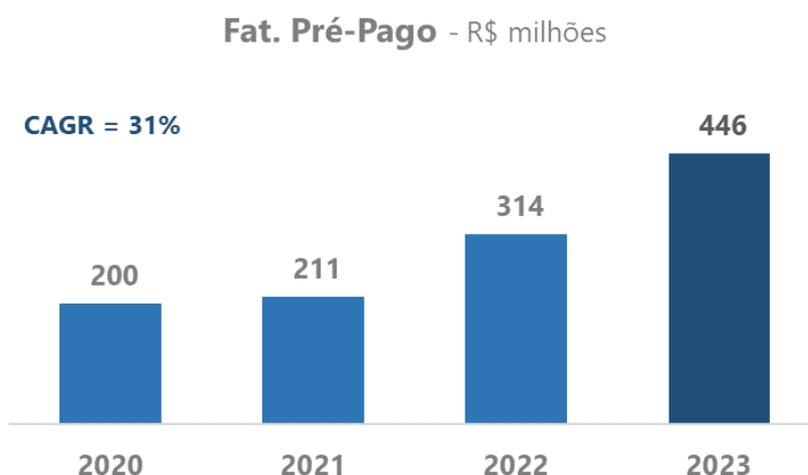
Em 2023, a Companhia foi destaque entre os atores do mercado de cartões brasileiro com ampliação de seu portfólio próprio e de parceiros, resultando um crescimento expressivo, bem acima do verificado no mercado. Vale destacar que a BRBCard seguiu com o protagonismo de agente das políticas sociais no Distrito Federal.

A base ativa de cartões encerrou o ano em 1.383 mil cartões, aumento de 14% em comparação com 2022. Embora a base de cartões pré-pagos tenha apresentado redução de 4%, 434 mil cartões, a base ativa de cartões de crédito atingiu o montante de 948 mil cartões, crescimento de 24%.



A apresentou um faturamento em cartão de crédito de R\$ 8,096 bilhões, 38% superior ao realizado em 2022.

O faturamento dos cartões pré-pagos foi de R\$ 446 milhões, 42% superior ao realizado em 2022.



4.2 Adquirência

A BRBPAY, 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, implementou mudanças estruturais significativas visando consolidar e expandir suas operações.

As melhorias realizadas resultaram em crescimento expressivo de 285% no faturamento, que saltou de R\$ 90 milhões em 2022 para R\$ 347 milhões em 2023. Adicionalmente, mais de 2 milhões de transações foram realizadas, com um faturamento mensal médio por lojista de R\$ 35 mil.

Durante todo o ano de 2023 foram priorizados projetos que permitiram ampla visibilidade da marca e experiência com clientes, com destaque em ações no segmento de bares, restaurantes e turismo.



Projetos BRBPAY: Catedral de Brasília, Pirinópolis, Rua Dias Ferreira.

5. NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS

5.1 Fatos relevantes

Alienação da participação societária na Entre Payments (EntrePay)

Em fevereiro de 2023, foi concluída a venda da participação acionária da BRBCard na Entre Payments. Inicialmente, foi contratada a auditoria e consultoria da *PricewaterhouseCoopers* ("PWC") para conduzir o estudo de *Valuation*. O modelo adotado levou em consideração projeções de fluxos de caixa futuros, descontados com base nos indicadores de risco da EntrePay.

As negociações e a execução do encerramento da sociedade foram lideradas pela BRBCard, com o suporte da consultoria contratada Pinheiro Neto Advogados, alinhada com os resultados apresentados no processo de

Valuation. O encerramento da sociedade resultou em um Ganho de Capital de R\$ 2,287 milhões no balanço da BRBCard.

Migração para nova processadora de cartão de crédito

Em junho de 2023, foi concluída a migração para uma nova plataforma de processamento de cartões, com o objetivo de modernizar os processos e potencializar as experiências oferecidas aos clientes. A estrutura foi desenvolvida em parceria com a empresa DOCK, líder em soluções tecnológicas para instituições financeiras. A nova ferramenta é mais aderente ao mercado digital, possibilita a implantação de processos ágeis, com prazos e custos menores e coloca o BRB em linha com o modelo adotado em grandes empresas do setor de meios de pagamento.

Entre as vantagens da migração, destaque para o ganho em performance de autorizações, disponibilidade e uma gestão mais independente das ações de melhoria, maior segurança e agilidade nas interceptações de transações fraudulentas, com uma plataforma online baseada em APIs. Além disso, maior agilidade no desenvolvimento de novos produtos e projetos, com foco em melhorar a experiência digital dos clientes nos múltiplos canais de acesso com cartões.

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 2023, a companhia desembolsou R\$ 3.234 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\$ 1.940 mil em 2023.

5.2 Parcerias Negociais e Estratégicas

Novas parcerias negociais e estabelecidas com o objetivo de agregar valor à marca posicionada no mercado de meio eletrônico de pagamentos e de diversificar o portfólio de produtos 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.

Eurobike: Em março de 2023, o BRB lançou dois novos produtos da família Eurobike, nas variantes Infinite e Platinum, visando aumentar o portfólio de produtos e fomentar a parceria. Essas opções foram desenvolvidas para atender tanto os colaboradores da Eurobike quanto os clientes que não se enquadram na variante Dux. Os cartões oferecem acesso a um *Marketplace* e uma variedade de benefícios exclusivos.

Casacor: Em junho de 2023, o BRB lançou os produtos Co-branded VISA CASACOR, nas variantes Infinite e DUX, em parceria com o Grupo Abril, destinado ao público apaixonado por arquitetura, design de interiores e paisagismo. A estratégia de produção e de comercialização do produto foi embarcada no formato *co-branded*, com o objetivo de conquistar um novo público-alvo específico. O novo produto veio para proporcionar experiências variadas e completas aos usuários, com benefícios exclusivos.

Plataforma ADIQ: Em 2023, a BRBPAY implementou mudanças estruturais significativas visando consolidar e expandir suas operações. Destaca-se, entre essas alterações, a parceria estabelecida com uma proeminente adquirente do mercado brasileiro, a ADIQ. Além disso, optou-se pela adoção da plataforma “full service” dessa adquirente para gestão, liquidação, logística e atendimento, garantindo uma operação completa que abrange todos os processos desde o início até o fim.

5.3 Programas Sociais



Os programas sociais são iniciativas criadas pelo Governo para melhorar as condições de vida da população de baixa renda e de extrema pobreza do país. A companhia alinhado ao seu objetivo e missão, operacionaliza por meio de cartões pré-pagos e maquininhas os programas sociais do GDF, tendo contribuído em 2023 para distribuição de mais de R\$ 457 milhões para mais de 119 mil de beneficiários.

Programa Social	Emissões	Qtd. Cargas	Valor Creditado
PRATO CHEIO	66.101	1.145.939	R\$ 286.465.280
CME	26.994	102.015	R\$ 44.366.160
CRECHE	4.270	56.857	R\$ 43.336.552
GÁS	9.288	412.951	R\$ 40.758.700
RENOVA DF	12.371	67.409	R\$ 40.472.879
FÁBRICA SOCIAL	843	6.181	R\$ 1.405.658
PAE UNDF	112	335	R\$ 228.807
TOTAL	119.979	1.791.687	R\$ 457.034.037

5.4 Novos produtos e funcionalidades

Connect Visa: Em março de 2023, o BRB lançou o Cartão Visa Connect, direcionado ao público jovem. O novo produto visa oferecer experiências diversificadas e abrangentes aos usuários, com o benefício exclusivo de isenção permanente na anuidade e *cashback* automático direto na fatura.

Cartão BRB Benefícios: Em abril de 2023, o Cartão BRB Multibenefícios foi lançado pela BRBCard com o intuito de inserir o BRB no mercado de benefícios. Uma das principais vantagens do Cartão é a flexibilidade que proporciona aos colaboradores. Cada empresa pode selecionar a categoria de benefício desejada, seja para alimentação, refeição, dentre outros, permitindo que os funcionários utilizem o benefício de acordo com suas necessidades e preferências. Com a aceitação em estabelecimentos de segmentos específicos, como supermercados, mercearias, hortifrutigranjeiros, restaurantes, entre outros, os colaboradores têm inúmeras opções para usar o benefício. Além disso, o aplicativo exclusivo BRB Benefícios permite ao usuário gerenciar os produtos Alimentação e Refeição em um único cartão.

Cartões Pré-Pagos com chip: Com o propósito de melhorar a segurança das transações dos cartões pré-pagos e economia na cobrança das *fees* sobre as transações realizadas via tarja, foi concluída, para esse produto, a implantação da tecnologia chip e *contactless* da bandeira VISA e a funcionalidade “liga/desliga” do *contactless*, proporcionando uma experiência mais intuitiva e segura para os clientes.

Recarga pix no cartão pré-pago: Foi implementada a recarga dos cartões pré-pagos Flamengo na modalidade de pagamento via Pix, funcionalidade mais solicitada pelos portadores, proporcionando a atualização do saldo em poucos minutos, agregando ainda mais valor ao produto.

Apple Pay VISA: Em novembro de 2023, foi implementada a carteira digital *Apple Pay* para clientes que possuem cartão da Bandeira Visa, dando continuidade à expansão do portfólio de produtos. 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.

6. PRINCIPAIS AÇÕES

6.1 Marketing e Relacionamento com Cliente

Comunicação Digital: Ao longo de 2023, foram desenvolvidas ações de comunicação, campanhas e conteúdos, com objetivo de aumentar a percepção da marca, bem como dos produtos, serviços e benefícios. Foco principal na venda e ativação de cartões, adesão a novos canais e serviços, refletindo positivamente em produtividade, processos, operações e lançamentos de novos produtos. Destaca-se a entrega do novo site da BRBCard, caracterizado por um design moderno, revisão das informações e implementações, além da atualização dos produtos.

Patrocínios e ações de relacionamento: No decorrer de 2023, a BRBCard buscou promover oportunidades produtivas e proporcionar importantes experiências e benefícios aos clientes BRB, através de pré-vendas exclusivas, alinhadas aos princípios e valores do Controlador, assegurando a proteção da marca, o fortalecimento da imagem corporativa e a geração de negócios.

Patrocínios realizados no ano de 2023:

- Congresso Internacional da Criança com Condições Complexas de Saúde – HCB foi realizado pelo Instituto do Câncer Infantil e Pediatria Especializada (Icipe), entidade gestora do Hospital da Criança de Brasília José Alencar (HCB). Essa iniciativa, apoiada pela BRBCard, destaca o compromisso conjunto no atendimento às crianças afetadas por condições graves e complexas de saúde no Distrito Federal e em cidades vizinhas;
- Festival Brasil Sabor: Evento realizado com centenas de restaurantes que se reuniram para valorizar as raízes brasileiras com pratos que enaltecem ingredientes e técnicas de preparo originais do nosso país.

Além da exposição da marca, a BRBCard proporcionou o desenvolvimento econômico do segmento gastronômico no Distrito Federal;

- Corrida & Caminhada Solidária Regius: O evento foi concebido como uma maneira de reforçar o papel da Previdência Privada, da saúde e a importância da responsabilidade social na vida das pessoas. Com o evento, a BRBCard pode proporcionar o engajamento dos participantes em ações solidárias através das doações de alimentos não perecíveis que foram entregues às instituições carente. Proporcionou também a divulgação da importância da Previdência Privada para o futuro dos contribuintes;



Figura 2: Congresso Internacional da Criança com Condições Complexas de Saúde (HCB), Festival Sabor Brasil, Corrida & Caminhada Solidária Regius e CasaCor.

- CASACOR: Evento destinado ao público da arquitetura com intuito de mostrar as tendências e aproximar os clientes da área à marca do BRB. O evento apresentou ambientes assinados por 82 profissionais, entre arquitetos, designs de interiores e paisagistas;
- Moto Capital Week: Alinhada ao objetivo estratégico de ampliar e fortalecer a marca do conglomerado, a BRBCard patrocinou o vigésimo aniversário do maior festival de motos e rock da América Latina, sediado na capital do Brasil. O evento, que ocorreu ao longo de dez dias no Parque de Exposições da Granja do Torno, reuniu mais de 100 apresentações musicais, com destaques para grupos como Angra, Pato Fu, Jota Quest, Charlie Brown Jr., Pitty, além de artistas renomados como Marcelo Falcão e Supla. Ao atrair um público superior a 800 mil pessoas, o festival proporcionou uma significativa movimentação cultural e econômica na região;
- Shopping Flamboyant em Goiânia: A BRBCard e o Shopping Flamboyant de Goiânia firmaram parceria com o objetivo de expansão da marca e fomento local através de ações promocionais. A parceria ofereceu eventos musicais, palestras de desenvolvimento humano, campanhas e benefícios exclusivos nas variadas lojas do shopping, do qual potencializaram as transações e ampliaram o *share* do BRB em outros estados;
- Festival de Jazz do Lago Oeste: Sob o lema "Natureza, Turismo e Cultura", o evento promoveu a rota turística com o objetivo de divulgar a rede de produtores locais e fomentar o ecoturismo na região. A BRBCard reforçou seu compromisso com os artistas da área, impulsionando a cultura local e oferecendo noites embaladas por música de jazz, blues e bossa nova;

- Degustações Guia ADEGA Espanha e Guia ADEGA Portugal: O lançamento do Guia ADEGA Espanha e do Guia ADEGA Portugal ofereceu ao público e convidados a possibilidade de conhecer e degustar os principais destaques de vinho deste ano. O objetivo de estar presente nos eventos é reforçar o valor da marca e fortalecer seu posicionamento de negócio, além de ser um importante meio de se relacionar com potenciais clientes interessados em conhecer um pouco mais das vantagens do cartão BRB Mastercard Adegas;
- Shows nacionais e internacionais: A BRBCard tem demonstrado crescimento decorrente de suas diversas parcerias estratégicas e comerciais estabelecidas nos últimos anos. Em 2023, essa tendência continuou, com a empresa oferecendo uma série de shows nacionais e internacionais em todo o Brasil, dentre os quais: Marisa Monte, Alicia Keys, The Weekend, Red Hot Chili Peppers, RBD, Diana Krall, Paul McCartney e Dionne Warwick. Esses eventos não só impulsionaram de forma sustentável a expansão da marca, mas também propiciaram aos detentores dos cartões BRB desfrutarem de pré-venda exclusiva e descontos, o que contribuiu para o aumento da base de cartões e consolidou ainda mais a presença da empresa no mercado.

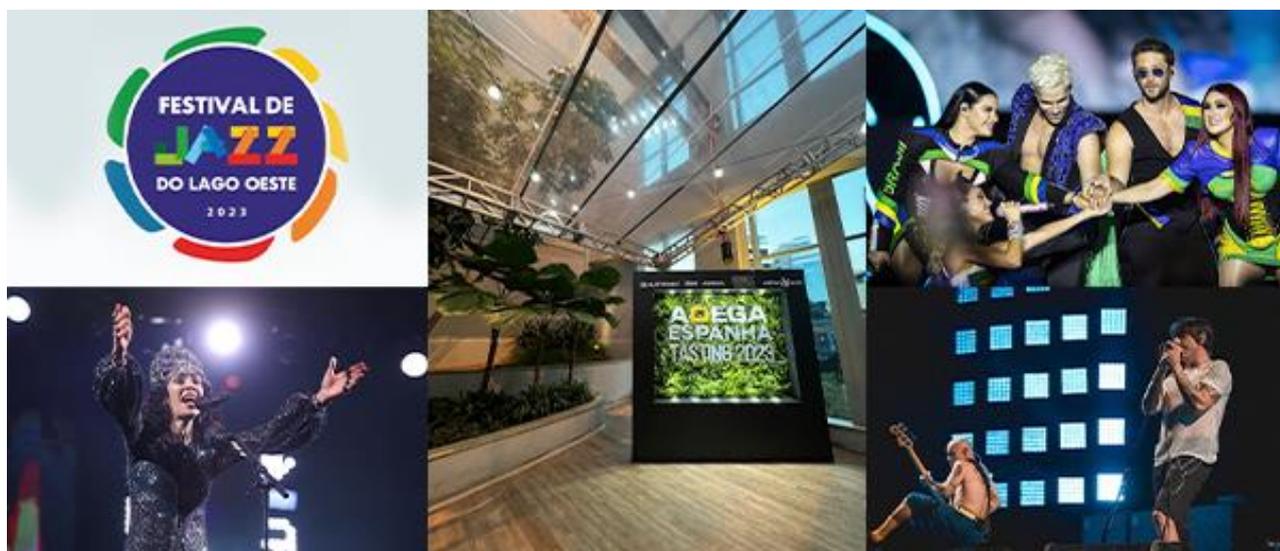


Figura 3: Festival de Jazz do Lago Oeste, Degustações Guia ADEGA Espanha e Guia ADEGA Portugal, Show Marisa Monte, Shows RBD e Red Hot Chili Peppers.

- São João na Rua Dias Ferreira localizada no Rio de Janeiro: A tradicional festa realizada no Rio de Janeiro, contou com o patrocínio da marca BRB. Este evento, conhecido como um ponto de encontro para a vida boêmia e a excelente gastronomia carioca, aconteceu ao ar livre e atraiu um grande público, contando com a participação de mais de 30 estabelecimentos locais. A BRBCard, atenta às expectativas dos clientes e visando alcançar novos públicos e parcerias, fez sua marca presente e proporcionou uma experiência única ao público do evento;
- Campanha Sou Vip – UEFA: Durante o período da campanha, os clientes BRB Mastercard que efetuaram compras tiveram a chance de concorrer a uma variedade de prêmios. Mais de 200 prêmios foram sorteados, incluindo o prêmio principal, que consistia em um par de ingressos para assistir à Final da *Champions* em Istambul, na Turquia;
- Ação de Natal no Shopping Conjunto Nacional: Durante a temporada de Natal de 2023 e devido ao volume de visitantes, a BRBCard aproveitou as várias estratégias para se conectar com os clientes, criar

lealdade à marca e impulsionar as vendas. Além da divulgação da marca, foi oferecido aos clientes estacionamento gratuito durante 2h, além de concorrer a um carro e bicicleta elétrica.



Figura 4: Campanha Sou Vip – UEFA, Shows Diana Krall e Paul McCartney, Celebração de São João na Rua Dias Ferreira e Ação de Natal no Shopping Conjunto Nacional.

Salas Vips e Espaços

I. Salas Vips e Espaços: Na esteira da propagação da marca e do engajamento para a melhor experiência dos clientes, a BRBCard expandiu, para além do eixo Rio – São Paulo a prestação de serviços de Sala Vip, chegando ao Aeroporto de Goiânia. O volume de acessos cresceu proporcionalmente à base de clientes, evidenciando a possibilidade de oferta de experiências semelhantes e que seriam bem recepcionadas pelo público-alvo. Foram registrados mais de 140 mil acessos nos Espaços BRB, representando um crescimento de 69% em relação ao ano de 2022. Nos espaços foram realizadas diversas ações de relacionamento, tais como: Mês da Mulher, Dia dos Namorados e do Aniversário de Brasília.



Figura 5: Sala VIP BRB em Goiânia, Ação de Relacionamento do Dia dos Namorados, Ação de Relacionamento do Dia das Mulheres.

II. Terminal de Aviação Executiva: Com intuito de reafirmar sua proposta de ampliar seus serviços, expandir a marca e oferecer as melhores experiências aos clientes Dux, foi inaugurado o novo terminal de aviação executiva BRB. O novo espaço proporciona uma experiência única e exclusiva, oferecendo os passageiros embarque e desembarque, nacional e internacional. Além disso, o espaço conta com salas de espera e de reunião confortáveis e climatizadas, raio-x dedicado para inspeção de pessoas e bagagens, conveniências e uma sala exclusiva para trabalho.



Figura 6: Espaço Terminal de Aviação Executiva BRB

III. Projeto TRADE

Expansão do Projeto TRADE em Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo, Pirenópolis e Salvador propiciou a sinalização e ativação da marca BRB em locais de grande visibilidade, gerando conexão entre ambientes de lazer, turismo e entretenimento e a nossa marca.



Figura 7: Expansão do Projeto TRADE em Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo, Pirenópolis e Salvador

6.2 Loyalty

Com o objetivo de aprimorar a oferta de benefícios, introduzir novas funcionalidades e fortalecer a proposta de valor do programa de fidelidade, garantindo uma experiência diferenciada aos clientes, a BRBCard promoveu melhorias com foco na expansão e diversificação dos benefícios oferecidos, visando consolidar a posição no mercado.

O Dux Experience, programa voltado ao público de alta renda, trouxe uma nova dimensão aos benefícios oferecidos, cativando uma parcela mais exclusiva de clientes. Em 2023 observou-se um aumento de acessos na plataforma na ordem de 500% e volume de resgates que resultou em 879 milhões de pontos transferidos.

A integração com a TAP Airlines para a transferência de pontos, expandiu as opções de resgates de voos internacionais, movimentando mais de 40 milhões de pontos. A introdução de resgates junto ao Carrefour possibilitou a oferta de mais de 500 mil produtos como opções de troca. Já a funcionalidade de “Compra de Pontos”, proporcionou maior flexibilidade aos participantes e trouxeram uma adesão de mais de 10 milhões de pontos em 2023.

Projetos como Espaço BRB Gamers, no Curtaí, e a integração da *Luxury Loyalty*, com aproximadamente 1.000 produtos, consolidaram a presença da empresa em diferentes segmentos. Essas iniciativas resultaram em um aumento significativo da participação dos clientes, gerando crescimento nas adesões ao programa, aumento nas interações e resgates.

Novos parceiros de desconto: Airbnb, Gran Cursos, Zé Delivery, Burger King, Dr. Laser, Renner e outros, trouxeram significativa ampliação do catálogo de recompensas disponíveis. A adição de mais de 25 marcas resultou em um aumento das ofertas aos clientes, refletido no crescimento de 25% das interações e resgates em 2023, se comparado ao mesmo período de 2022.

Durante a última Black Friday, foram movimentados mais de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) na plataforma, demonstrando o crescente potencial dos nossos programas.

6.3 Infraestrutura

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 destacam-se:

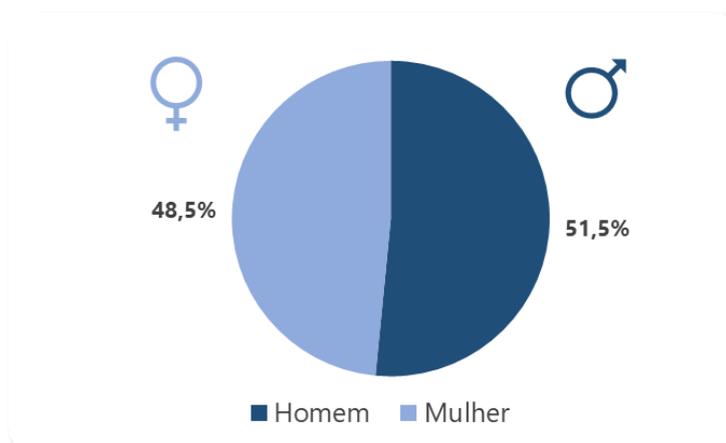
- Aplicação de melhorias de segurança nas camadas de proteção de perímetro, armazenamento e serviços de processamento de dados da BRBCard;
- Implementação do serviço de *cyber* segurança na modalidade SOC *as a service* - *Security Operation Center*, para atuação em todo o ambiente BRBCard;
- Implantação de camada de segurança, conforme modelo definido pelo *OpenBanking*, para controle e publicação de API's da BRBCard, atendendo as exigências do regulador.

6.4 Gestão de Pessoas

No ano de 2023, a BRBCard foi premiada também no ranking de Melhores Empresas para se Trabalhar em Instituições Financeiras, ocupando a 7ª posição na categoria de "Médias Empresas de Serviços Financeiros". Além da premiação inédita, a BRBCard recebeu, também, pelo 8º ano consecutivo, o selo GPTW. O resultado representa o investimento na gestão de pessoas e na valorização dos colaboradores para maior produtividade e bons resultados.



Comprometida com a valorização das mulheres e em linha com as melhores práticas de mercado, a BRBCard não findou esforços para promover a igualdade de gênero na companhia como forma de contribuir com o desenvolvimento sustentável. Nesse contexto, a companhia encerrou o exercício com 260 colaboradores, sendo 126 mulheres.



Nessa vertente da igualdade de gênero, a BRBCard promoveu o evento “Empoderamento Mulheres” que contou com palestrantes inspiradoras, como Glória Guimarães, Marly Vidal, Emanoelli Falcão e Luana Ribeiro que compartilharam suas experiências e trajetórias profissionais, abordando temas como liderança, gestão, carreira e empreendedorismo. O objetivo foi inspirar, capacitar e valorizar as colaboradoras, proporcionando uma visão sobre os desafios e conquistas no mundo corporativo.



A organização demonstrou contínua preocupação com a saúde e segurança de seus colaboradores. Nesse sentido, ao longo do ano, foi disponibilizada a aplicação da vacina da gripe, sem custo para os colaboradores. Além disso, foram promovidas campanhas que ofereceram outras vacinas a preços mais vantajosos. Foi realizado o exame periódico de todos os colaboradores ativos, e os benefícios oferecidos pelas plataformas Zenklub e Medipreço, foram mantidos para proporcionar serviços de bem-estar e descontos em medicamentos aos colaboradores da BRBCard, respectivamente.

No que diz respeito ao processo de treinamento e capacitação, em 2023, foram realizadas mais de 60 mil horas/aula, representando um total de mais de 16 horas de treinamento por colaborador. O destaque na parte de desenvolvimento foi a realização da segunda fase do Programa Time de Talentos, na qual os grupos selecionados desenvolveram e apresentaram projetos relacionados a meios de pagamento para uma banca avaliadora. Essa ação gerou engajamento e a descoberta de talentos dentro da organização, além de desenvolver e capacitar os colaboradores em competências consideradas essenciais ao negócio, como a estruturação de novos projetos e modelos de negócios.

6.5 Sustentabilidade e Ações Sociais

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 e doações, em parceria com o Instituto BRB.

Em continuidade ao seu processo de transformação, a BRBCARD inovou mais uma vez e se tornou o primeiro emissor brasileiro a substituir o material de todo o seu portfólio de cartões de plástico por PVC 100% reutilizado. O anúncio ocorreu no Dia Mundial do Meio Ambiente (5/6) e reforça o compromisso do Banco com as melhores práticas ESG. Todos os novos cartões da bandeira Visa já estão sendo emitidos com material totalmente reciclado.



Com intenção de incentivar a população jovem do Distrito Federal no mercado de trabalho, a Secretaria da Família e Juventude criou o Selo Parceiro da Juventude do DF, reconhecendo empresas que investiram na contratação de jovens de 15 a 29 anos ao quadro de funcionários ou que desenvolveram projetos que

promoveram o desenvolvimento profissional dessas pessoas. A BRBCard ganhou o Selo Parceiro da Juventude do DF por incentivar a participação desses jovens.



7. DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

7.1 Resultado Líquido

O lucro líquido recorrente da BRBCard atingiu R\$ 83,1 milhões, crescimento de 6% no comparativo anual.

Em R\$ Mil	Realizado	Realizado	Δ%
	2022	2023	
Lucro Líquido	170.953	98.620	(42%)

Durante o ano, foi possível observar a retomada do consumo, utilizando, como meios de pagamentos os cartões, crédito e pré-pago, impulsionado pela valorização do Real e redução das taxas de juros. Nesse contexto, considerando os eventos recorrentes e não recorrentes a BRBCard obteve resultado líquido de R\$ 98,6 milhões.

O principal fator desse resultado foi a estratégia de crescimento focado nos produtos alta renda. Nesse contexto a carteira de operações a vista alcançou o valor de R\$ 1,531 bilhões, aumento de 40% comparado ao ano anterior e a carteira de operações de crédito originadas, atingiu a marca de R\$ 776 milhões, representando um aumento de 49% quando comparado a 2022. O resultado foi construído de forma sólida e sustentável, com a manutenção dos níveis de inadimplência baixos na carteira, que fechou o ano em 6,07%, portanto abaixo da média de mercado (7,45%).

7.2 - Patrimônio Líquido

O Patrimônio Líquido alcançou R\$ 1,224 bilhão em dezembro de 2023, um crescimento de 1% em relação ao exercício de 2022, que foi de R\$ 1,125 bilhão. Em termos de rentabilidade, o retorno gerado sobre o Patrimônio Líquido Médio Ajustado foi de 8,31%.

7.3 - Ativos Totais

Os ativos totais atingiram o montante de R\$ 3,473 bilhões ao final de 2023, apresentando um aumento de 45% em relação ao mesmo período de 2022. O crescimento apresentado derivou, principalmente, das disponibilidades de caixa e participações em coligadas e controladas.

7.4 – Participações Societárias

No exercício de 2023, a BRBCard reconheceu R\$ 65 milhões de resultados advindos de participações societárias.

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.

Em 31 de julho de 2023, foi aprovado em Assembleia Geral Extraordinária - AGE, a cisão parcial da Seguros BRB, tendo como parcela cindida a sua participação acionária detida na BRB Serviços, que foi incorporada pela Cartão BRB.

Devido à migração das operações de corretagem de seguros para a coligada BRB Corretora de Seguros S.A. (*New co*), concluída no exercício. A Corretora BRB (*Old co*) registrou lucro líquido de R\$ 64,6 milhões, redução de 32,9%, quando comparado ao ano de 2022.

BRB Serviços

É reconhecida por práticas inovadoras, aprimorando a prestação de serviços e fortalecimento de negócios. Em parceria com órgãos governamentais, em 2023, desempenhou papel relevante na melhoria da prestação de serviços públicos atuando na operacionalização do Sistema de Bilhetagem Automática - SBA, no serviço de atendimento integrado - Na Hora, no agendamento e entrega de medicamentos da Farmácia de Alto Custo.

Além desses projetos destaca-se como empresa especializada no setor de terceirização de serviços de Contact center, processos de negócios, tecnologia e gestão de sistemas logísticos.

Com a expansão dos serviços ofertados aos clientes e estreitamento da parceria com o Banco BRB e GDF para explorar novas oportunidades de negócios, são foram ações de destaques no ano:

- *Contact Center* para a Central de Relacionamento da CAESB: plataforma de integração multicanal e módulo de gestão de atendimento, seguindo o modelo *Omnichannel*;
- Solução de Gestão de Margem Consignável – GDF: oferta de solução integrada para a administração das margens consignáveis dos Servidores, Ativos e Aposentados, do GDF;
- Cobrança Judicial - BRB Saúde recuperação de ativos financeiros na esfera judicial, através de ações executivas, monitórias e de cobrança, conduzindo os processos até o trânsito em julgado.

Em comparação ao ano anterior, apresentou aumento da receita bruta de 15%, reflexo de novos negócios firmados como: Backoffice da BRBCard, Central de Relacionamento CAESB e aumento da demanda nos negócios já existentes.

Registrou lucro líquido de R\$ 1,2 milhão em 2023, redução de 79% em comparação ao exercício anterior. O desempenho foi decorrente do registro de eventos não recorrentes no exercício atual, vinculados aos contratos de prestação de serviços a SES-DF (Farmácia de alto custo) e SEJUS-DF (Na Hora).

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 2023, a empresa, que ainda está em modo pré-operacional, apresentou um prejuízo de R\$ 88,58 (oitenta e oito reais e cinquenta e oito centavos). Ao final do exercício foi registrado um Patrimônio Líquido de R\$ 7,8 mil.

8. GESTÃO DE CONTROLES INTERNOS E RISCOS

A Companhia possui em sua estrutura organizacional uma unidade específica, subordinada à Diretoria de Controladoria e Controles, 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 de 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.

8.1 - 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 política de investimentos permite atuar, de forma conservadora, na aplicação dos recursos financeiros, de modo a manter ativos líquidos em montantes suficientes para cumprimento de suas obrigações.

8.2 - Risco Operacional

O processo de gerenciamento de risco operacional tem por objetivo identificar, avaliar, monitorar, controlar e mitigar os riscos operacionais relacionados às atividades e aos negócios da BRBCard, a fim de proteger o

patrimônio, minimizando as perdas decorrentes dos eventos de riscos determinados pela Resolução Bacen nº 3.681/2013.

O gerenciamento adequado do risco operacional está diretamente relacionado ao conhecimento dos processos existentes na companhia. Para tanto, a gestão do risco na BRBCARD é baseada no mapeamento de processos para identificação e avaliação dos riscos operacionais.

9. 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.

10. AGRADECIMENTOS

O resultado apresentado em 2023, 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.

À Diretoria

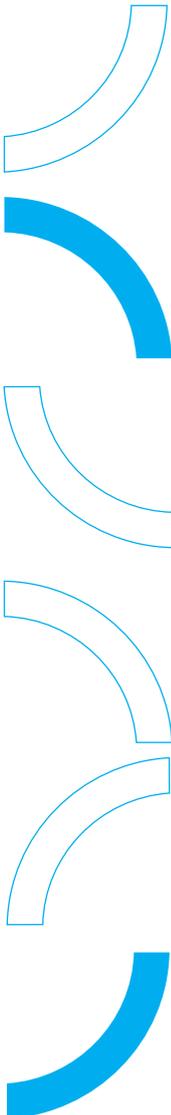
Carlos Alberto C. Moreira Júnior
Diretor-Presidente

Luis Cássio de Oliveira
Diretor de Marketing e Negócios

Hugo Andreolly Albuquerque Costa Santos
Diretor de Clientes e Produtos

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

Marcos Paulo Ilídio dos Santos
Diretor de Tecnologia



Expediente

| Publicação da BRBCARD S.A.
| SAUN QD. 5 Bl. 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
Carlos Alberto Carneiro Moreira Júnior
Cynthia Judite Perciano Borges
Dario Oswaldo Garcia Junior
Diogo Ilário de Araujo Oliveira
José Maria Correa Dias Junior
Luana de Andrade Ribeiro

Conselho Fiscal

| Membros Efetivos

João Antônio Fleury Teixeira
Juliana Monici Souza Pinheiro
Celivaldo Elói Lima de Sousa
Maurício Antônio do Amaral Carvalho

Diretoria Executiva

Carlos Alberto C. Moreira Júnior

| Diretor-Presidente

Luis Cássio de Oliveira

| Diretor de Marketing e Negócios - DINEG

Hugo Andreolly Albuquerque Costa Santos

| Diretor de Clientes e Produtos - DIPRO

Alex Rangel Alonso

| Diretor de Operações, Pessoas, Administração, Finanças e
Segurança – DIOFF

Marcos Paulo Ilídio dos Santos

| Diretor de Tecnologia - DITEC

Elaborado por:

José Anderson Souza de Queiroz

Gerente de Controladoria - GECON

Felipe Rocha Rêgo

Coordenador de Orçamento – COORC

 **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 **0800 648 6162**