



# RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2024

 **BRBCARD**

0800 880 6147 | [BRBCARD.com.br](http://BRBCARD.com.br)  
CNC – ST, SAUN Q 5 LOTE C, BLOCO C  
8º ANDAR – ASA NORTE – BRASÍLIA/DF



# **Ao BRB, Banco de Brasília S.A.,**

Apresentamos o Relatório da Administração da BRBCARD, relativo ao exercício de 2024, 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 2024, 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 brasiliense, 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 ao 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.

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;

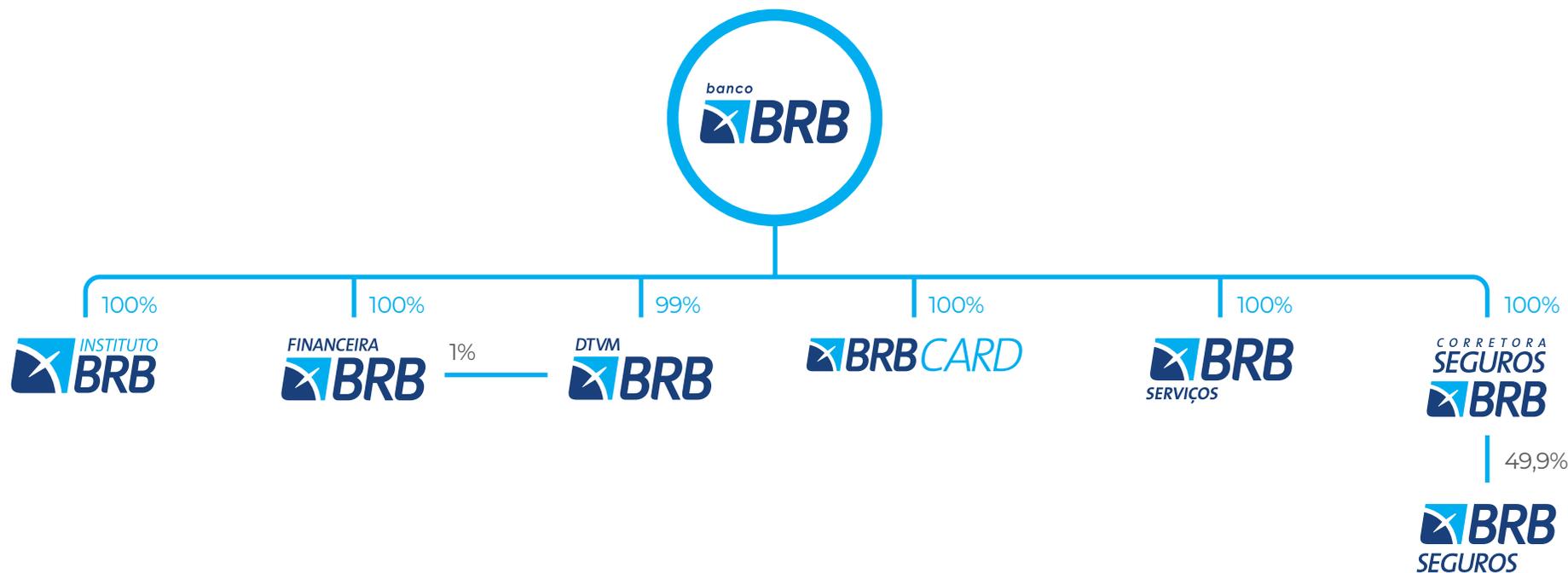
**Fase 2:** tornar a BRBCARD subsidiária integral do BRB. Este movimento foi concluído em 23/03/2023 com a compra pelo Banco junto ao GDF das ações com representação de 30,26% do capital social da BRBCARD;

**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.

Abaixo, destaca-se a estrutura e a composição acionária do Conglomerado BRB em 31/12/2024

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.



## 2 – MERCADO DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO EM 2024

A tecnologia no setor de meios de pagamento está em constante ascensão no Brasil e os cartões, apesar de tradicionais, vêm acompanhando essa evolução. A ABECS<sup>1</sup> divulgou que, em 2024, o setor movimentou a ordem de R\$ 4,1 trilhões, representando um crescimento entre 10,9% em relação ao total registrado em 2023.

O balanço mais recente da associação também revelou que foram movimentados R\$ 2,8 trilhões com cartões de crédito em 2024, representando um crescimento de 14,6% em comparação ao ano passado. Novos recursos como as carteiras digitais, NFC e a tecnologia Click to Pay influenciaram ainda mais esse cenário.

O avanço dos pagamentos em compras online com o uso de cartões também merece destaque e já se tornou um hábito entre os brasileiros. As compras online com cartões tiveram um aumento de 17,9% em 2024, de acordo com o mesmo balanço: esse número representa R\$ 979 bilhões em valor transacionado. O cartão de crédito continua sendo o líder no número de transações, com R\$ 945,7 bilhões transacionados.

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 relacionados a diversas entidades sobre os meios de pagamentos no Brasil.



<sup>1</sup>ABECS – Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços

### 3 – CENÁRIO MACROECONÔMICO

O cenário macroeconômico de 2024 apresentou mudanças em relação ao observado no ano anterior. A atividade econômica seguiu aquecida com um mercado de trabalho forte. Os PMIs de indústria e serviços continuam em expansão e pressionando o IPCA.

No âmbito nacional, o governo federal enfrentou desafios para equilibrar as contas públicas. Apesar da arrecadação crescente, impulsionada pela retomada econômica e ajustes em tributação, os gastos com programas sociais e investimentos em infraestrutura pressionam o orçamento.

De maneira a reforçar o combate à inflação, o Banco Central iniciou, no fim de 2024, o ciclo de alta da taxa de juros, a Selic, encerrando o ano em 12,25%. Neste sentido, a inflação mostrou sinais de desaceleração. Após encerrar 2023 em 6,3%, acima da meta estipulada pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), o índice acumulado de 2024 encerrou em 4,83%. Essa redução é atribuída à combinação de um menor crescimento da demanda agregada, além de medidas específicas do governo para conter os preços dos combustíveis e alimentos, setores que tradicionalmente exercem grande peso sobre o índice

de preços ao consumidor.

O mercado de trabalho apresentou evoluções positivas. A taxa de desemprego, que havia fechado 2023 em 8,6%, recuou para 7,8% em 2024. Isso se deve ao aumento da formalização no mercado de trabalho e ao crescimento de setores como agronegócio, tecnologia e serviços, que lideraram a geração de vagas.

A taxa de câmbio seguiu pressionada e encerrou o ano com cotação de R\$ 6,18. Além do ambiente externo favorável ao dólar, os prêmios de risco domésticos continuaram a subir, enquanto a demanda por moeda estrangeira permaneceu elevada. Já o Ibovespa, principal índice da bolsa brasileira, terminou o período com 120.283 mil pontos, queda de 10,36% quando comparado a 2023.

Importante destacar que o cenário externo foi pautado principalmente pelas discussões ao redor da eleição americana e as consequências em relação à taxa de juros americanos que, em março de 2024 chegou a 5,50% (maior nível desde 2007), escalada da guerra entre Rússia e Ucrânia e sobre as pressões externas principalmente no petróleo em decorrência da guerra entre Hamas e Israel.

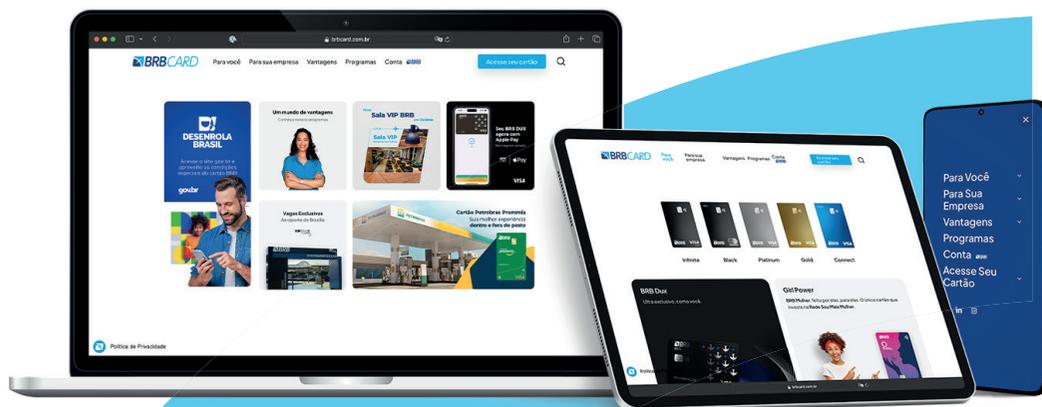


## 4 – A CARTÃO BRB S.A. EM 2024

Ao longo do ano, a BRBCARD passou por uma transformação significativa em seus processos, que se tornaram mais ágeis, eficientes, flexíveis e orientados para atender às demandas do mercado. Essa evolução trouxe maior capacidade de adaptação e permitiu o lançamento de produtos alinhados às necessidades e expectativas dos clientes.

Paralelamente, a companhia reforçou seu foco na jornada do cliente, garantindo uma experiência mais fluida e segura. Nesse cenário de crescente digitalização, as áreas de Tecnologia e Segurança da Informação se adaptaram às mudanças impostas pelo mercado, com avanços significativos na proteção de dados, melhoria das interfaces digitais, aprimoramento do processo de onboarding e comunicação mais próxima e personalizada com os clientes.

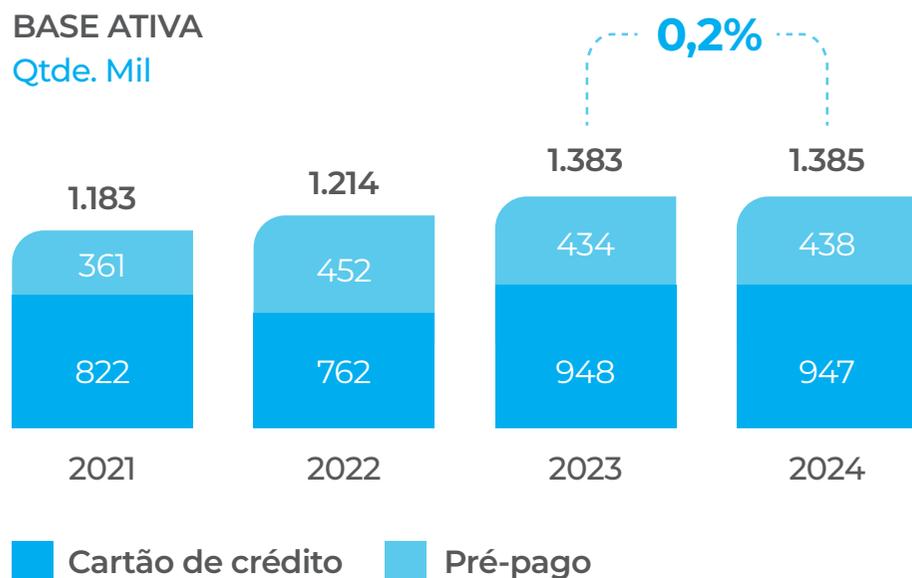
Acompanhando essas mudanças, a BRBCARD direcionou esforços para uma expansão significativa para outros estados, gerando resultados expressivos quando comparados a anos anteriores. Esse desempenho foi impulsionado pela sinergia crescente dentro do Conglomerado BRB, que possibilitou maior alinhamento entre projetos e ações estratégicas, refletindo o novo direcionamento da companhia.



## 4.1 – Base de cartões

Em 2024, a Companhia adotou uma estratégia focada nos produtos diferenciados para o segmento affluent, o que permitiu à empresa diversificar suas fontes de receita e melhorar a rentabilidade. A estratégia de crescimento da BRBCARD combina a diversificação da base de clientes com a introdução de produtos sofisticados, voltados para clientes de alta renda, mantendo um portfólio completo e balanceado que atende desde o público de baixa renda até o de altíssimo poder aquisitivo. Vale destacar que a BRBCARD seguiu com o protagonismo de agente das políticas sociais no Distrito Federal.

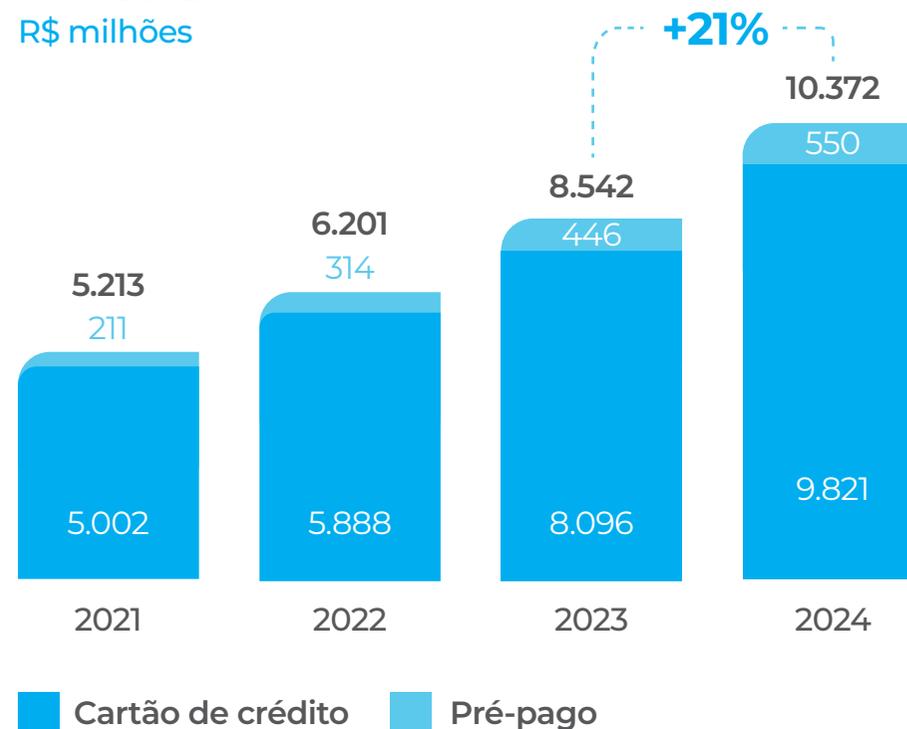
A base ativa de cartões encerrou o ano em 1.385 mil cartões, crescimento de 0,2% em comparação com 2023. A estratégia em 2024 focou na manutenção e rentabilidade da base.



## 4.2 – Faturamento

A BRBCARD apresentou um faturamento recorde da história da companhia ao atingir R\$ 10,372 bilhões, 21% superior ao realizado em 2023. O faturamento gerado pelos cartões Ultra e Dux atingiu, respectivamente, 1,803 milhões e 2,717 milhões, evidenciando o sucesso em captar clientes de alta renda com um portfólio completo e experiências exclusivas.

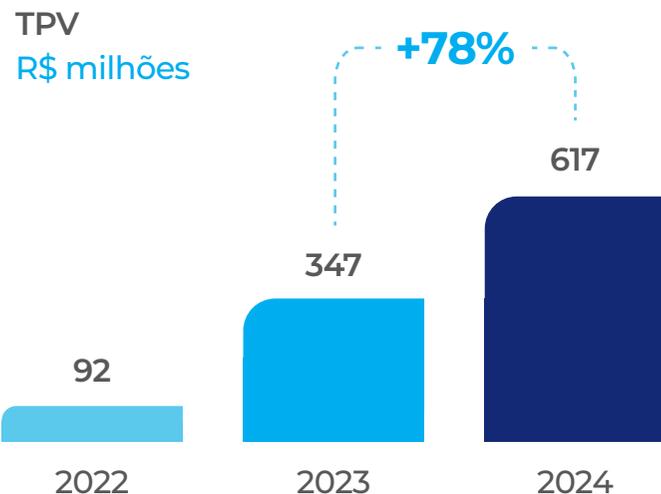
**FATURAMENTO**  
R\$ milhões



## 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 78% no faturamento, que saltou de R\$ 347 milhões em 2023 para R\$ 617 milhões em 2024. Adicionalmente, mais de 3,5 milhões de transações foram realizadas.



Durante todo o ano de 2024 foram priorizados projetos que permitiram melhoria do produto e experiência com clientes. Neste sentido, a BRBCARD implementou a função Tap on Phone, funcionalidade que permite realizar transações pelo celular, bem como disponibilizou a maquininha P2. Um POS mais moderno e intuitivo, que nos permite expandir a base, consolidando nossa presença no setor de forma competitiva.



Mais uma grande conquista foi o alcance do breakeven operacional da BRBPAY no 3T24. Atingir essa marca gerou lucros para a operação e, conseqüentemente, contribuiu para o resultado da BRBCARD.



Foto: Shutterstock

# 5 NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS

## 5.1 – Fatos relevantes

### Reorganização Societária

Em janeiro de 2024, foi concluído o Plano Geral de Reorganização Societária do Conglomerado BRB. Neste sentido, a BRB Seguros, BRB Serviços e BSB Participações, que até 2023 eram controladas pela BRBCARD, passaram a ser subsidiárias integrais do Banco BRB. A reorganização está alinhada ao Planejamento Estratégico do BRB na medida em que proporciona o fortalecimento da estrutura de capital do Banco, contribui para os projetos de expansão, modernização e potencialização dos negócios do Conglomerado BRB.



### Mobilidade Collab

Em setembro, foi assinado o contrato de parceria entre BRB, Visa e GDF referente à mobilidade do Distrito Federal. Chamado de Mobilidade Collab, o projeto vai desenvolver uma plataforma em que diversos serviços — como ônibus, metrô, transporte por aplicativo, táxis, bicicletas, estacionamentos e pedágios — possam ser combinados e sugeridos para a melhor experiência do cidadão. Os usuários poderão escolher entre vários modais de transporte e personalizar percursos de acordo com as necessidades, utilizando recursos de geolocalização. Essa funcionalidade tende a tornar os deslocamentos mais ágeis e eficientes, além de facilitar a adoção de pagamentos digitais no transporte público de maneira simplificada. Serão investidos cerca de R\$ 15 milhões no projeto e o acordo tem validade de dois anos.



## 5.2 – Parcerias negociais e estratégicas

Novas parcerias negociais foram 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.

### Premmia

Como parte de sua estratégia de diversificação de produtos e entrega de valor agregado aos clientes, o BRB firmou, em fevereiro de 2024, uma parceria com a Vibra Energia para o lançamento do Cartão BRB Petrobras Premmia. Esse produto inovador reflete o compromisso do banco em oferecer soluções que aliam segurança, benefícios e comodidade aos seus clientes.

O lançamento oficial ocorreu durante o evento “Vai de Vibra”, promovido pela Vibra Energia no mês de fevereiro, no Rio de Janeiro. O evento reuniu empresários, franqueados e especialistas dos setores de combustíveis e energia, proporcionando uma oportunidade estratégica para posicionar o novo cartão no mercado.

Com o Cartão BRB Petrobras Premmia, os usuários têm a possibilidade de acumular pontos no programa de fidelidade Premmia da Petrobras, além de acessar benefícios exclusivos ao utilizarem serviços e produtos da rede de postos da companhia.

A parceria com a Petrobras reforça o posicionamento do BRB como uma instituição financeira inovadora, conectada às necessidades de seus clientes e comprometida em expandir sua presença por meio de alianças estratégicas.

Desde o lançamento, o cartão registrou um desempenho significativo, com 11.832 cartões aprovados e uma taxa de ativação de 83%, evidenciando a aceitação e a relevância do produto no mercado.

A parceria com a Petrobras reforça o posicionamento do BRB como uma instituição financeira inovadora, conectada às necessidades de seus clientes e comprometida em expandir sua presença por meio de alianças estratégicas.



## 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, alinhada ao seu objetivo e missão, operacionaliza por meio de cartões pré-pagos e maquininhas os programas sociais do GDF, tendo contribuído em 2024 para distribuição de mais de R\$ 576 milhões para mais de 92 mil de beneficiários.

Programa Social	Emissões	Qtde. Cargas	Valor Creditado
Prato Cheio	34.248	1.169.150	R\$ 292.048.500
PDAF	24	504	R\$ 90.321.806
CME	28.408	144.934	R\$ 54.201.760
Creche	6.601	75.864	R\$ 62.196.794
Gás	14.514	419.993	R\$ 42.000.000
Renova DF	8.149	42.177	R\$ 30.502.190
Fábrica Social	481	8.807	R\$ 2.253.331
PAE UNDF	236	1.784	R\$ 1.336.803
Acolher eles e elas	165	1.332	R\$ 1.880.232
<b>TOTAL</b>	<b>92.826</b>	<b>1.864.545</b>	<b>R\$576.741.417</b>

## 5.4 – Novos produtos e funcionalidades

### Nação BRBFLA – Emissão com a bandeira Visa

A mudança na emissão dos Cartões Flamengo para bandeira Visa foi um verdadeiro marco para o banco digital Nação BRB FLA e a BRBCARD, celebrando um novo momento na parceria com o Clube de Regatas Flamengo, time de maior torcida do mundo.

Com bandeira prioritária Visa, foram abertas oportunidades estratégicas que possibilitaram o desenvolvimento de produtos inovadores e ofertas exclusivas.

Agora, os mais de 3,5 milhões de torcedores rubro-negros têm acesso a soluções bancárias exclusivas e um cartão personalizado que representa a paixão pelo time e com design escolhido pelos próprios torcedores. Com a bandeira Visa, a BRBCARD oferece não apenas produtos financeiros, mas também uma experiência que conecta ainda mais os torcedores ao seu clube do coração.



## PIEPE (Programa Investe Escola Pernambuco)

Lançado em 2024, o programa compõe uma política de descentralização de recursos financeiros voltado às escolas da rede pública estadual de Pernambuco, de acordo com a Lei 17488/2021 e regulamentada pelo Decreto n.º 51.900/2021, que tem como finalidade prestar assistência financeira às escolas da rede pública estadual de ensino, em caráter suplementar, contribuindo para manutenção e melhoria das infraestruturas física e pedagógica, com conseqüente elevação do desempenho escolar e fortalecimento da participação da comunidade e da autogestão escolar.

O programa prevê a participação de 1.059 escolas estaduais do estado de Pernambuco e emissão de 1.270 cartões, com orçamento anual estimado de R\$ 200 milhões no período do programa, previsto para 36 meses.



## Priority Pass Digital

A BRBCARD implementou em junho/24 uma importante mudança para aprimorar a experiência dos clientes BRB DUX no acesso às salas VIPs do programa Priority Pass nos aeroportos. Essa iniciativa reflete o compromisso do BRB com a modernização e a praticidade, oferecendo soluções que elevam o padrão de atendimento aos seus clientes premium.

Agora, o processo de cadastro no programa pode ser realizado diretamente pelo app BRBCARD, em que os usuários podem gerar um QR Code digital do Priority Pass, permitindo o armazenamento na carteira digital do celular. Essa funcionalidade elimina a necessidade de cartões físicos, proporcionando uma experiência mais ágil e integrada.

**As salas VIPs do Priority Pass oferecem uma experiência exclusiva e diferenciada, com serviços que incluem:**

- Atendimento premium.
- Ambiente confortável e acolhedor com Welcoming Lounge.
- Open Food & Beverage.
- Wi-Fi Free e de alta velocidade.
- Área de trabalho.

Com essa inovação, o BRB reafirma seu compromisso em entregar produtos e serviços de excelência, consolidando-se como referência em atendimento de alto padrão para seus clientes premium.



## Lançamento da TAG By Veloe

Em julho/24 foi lançada a **Tag BRB By Veloe**. Este dispositivo eletrônico permite o pagamento automático em pedágios e estacionamentos em todo o Brasil, proporcionando maior comodidade e segurança aos usuários.

A Tag BRB By Veloe oferece cobertura abrangente, sendo aceita em:

- **100% das rodovias com pedágios;**
- Mais de **2.350** estacionamentos, incluindo shoppings, aeroportos e centros comerciais.

### Entre os principais benefícios proporcionados pela Tag BRB, destacam-se:

- **Conveniência:** eliminação de filas e agilidade nos pagamentos;
- **Controle financeiro:** acompanhamento detalhado dos gastos por meio do aplicativo BRBCARD;
- **Segurança:** redução do risco associado ao transporte de dinheiro em espécie.

A solicitação da Tag BRB pode ser realizada de forma simples e rápida pelo aplicativo BRBCARD, disponível para dispositivos iOS e Android. Após a ativação, o dispositivo estará pronto para uso em até seis horas, garantindo acesso imediato aos benefícios oferecidos.

Com esta iniciativa, o BRB reforça seu compromisso em disponibilizar soluções tecnológicas que atendem às necessidades de mobilidade e praticidade de seus clientes, consolidando-se como uma instituição financeira alinhada às tendências de mercado e focada na excelência dos serviços prestados.



## Novo aplicativo BRBCARD

Lançado em novembro/24, o app oferece uma experiência digital completa e personalizada. Com foco em praticidade e segurança, o aplicativo reúne diversas funcionalidades financeiras e serviços em um único ambiente, permitindo que os usuários gerenciem suas contas e cartões de crédito de maneira eficiente e intuitiva.

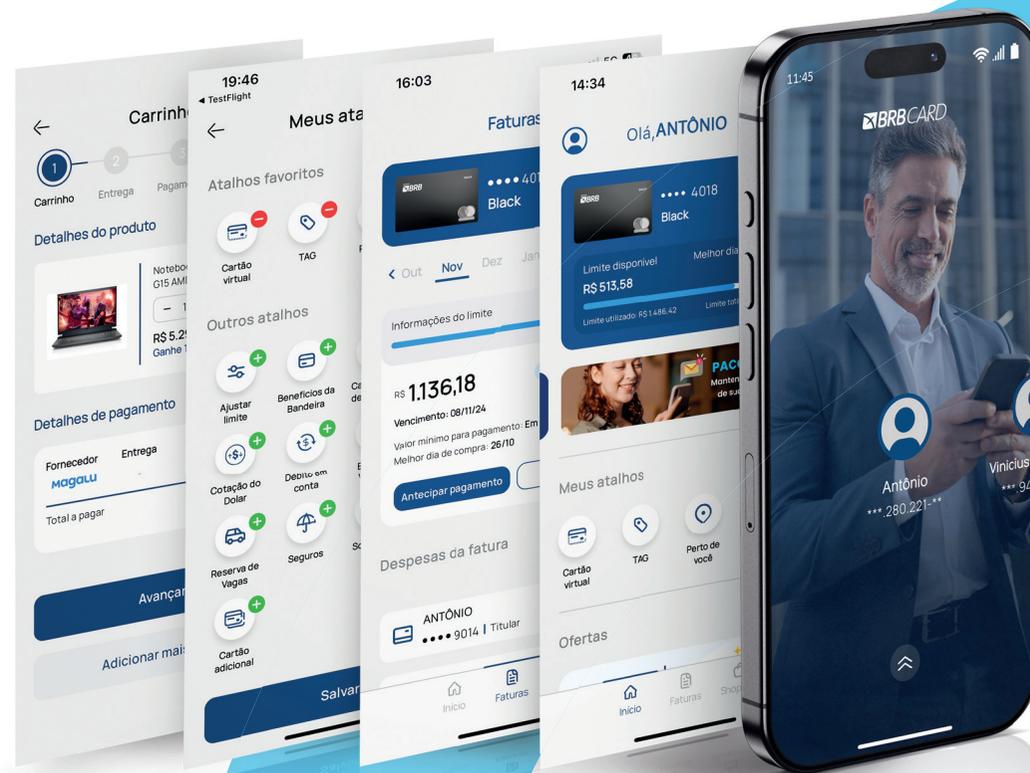
### Principais funcionalidades

- **Gestão de cartões:** consulta de faturas, limite disponível, histórico de transações e geração de boletos para pagamento;
- **Cartão Virtual:** emissão de cartões virtuais para compras online com maior segurança;
- **Espaços Vips BRB:** validação de quantidade de acessos às Salas Vips BRB;
- **Reserva de Vagas:** Verificação da quantidade de vagas de estacionamento no Estacionamento Exclusivo BRB no Aeroporto de Brasília;
- **Realidade aumentada:** consulta de parceiros e ofertas em tempo real utilizando georreferenciamento;
- **Programa de fidelidade integrado:** acompanhamento de pontos acumulados no programa de recompensas, resgates de benefícios e assinatura de clube;
- **Notificações em tempo real:** alertas instantâneos de compras;
- **Segurança avançada:** uso de autenticação biométrica, tokens dinâmicos e outros mecanismos para garantir a proteção dos dados.

### Diferenciais do novo aplicativo

- **Design intuitivo:** interface amigável e fácil de usar, permitindo que clientes de diferentes perfis naveguem sem dificuldades com temas personalizados e visualização específica por cartão (ex.: Flamengo).
- **Centralização de canais:** acesso a uma gama de funcionalidades sem a necessidade de múltiplos apps.

O novo app exemplifica a modernização dos serviços financeiros e reafirma o compromisso da BRBCARD com a inovação, a experiência do cliente e a transformação digital.





# 6 PRINCIPAIS AÇÕES

## 6.1 – Marketing e relacionamento com cliente

O cliente está no centro da nossa estratégia e estamos focados na hiperpersonalização dos nossos relacionamentos com o objetivo de entregar produtos e serviços que atendam às expectativas e necessidades de cada um deles.

### Comunicação digital

Em 2024, a BRBCARD intensificou a utilização das mídias digitais para divulgação de seus produtos e serviços, alcançando mais de 27 milhões de visualizações e gerando 138 mil cliques direcionados aos ambientes receptivos. Essa iniciativa ampliou significativamente o reconhecimento da marca, dos produtos e serviços, destacando os benefícios exclusivos oferecidos aos clientes BRB. O avanço consolidou não apenas a presença digital, mas também fortaleceu a capacidade de engajamento com o público-alvo, criando uma plataforma mais ampla e eficaz para a divulgação de conteúdos, serviços e produtos.

Além disso, a BRBCARD implementou uma estratégia de comunicação diferenciada, com influenciadores nas redes sociais para promover os cartões BRB e destacar as experiências exclusivas associadas a eles. Por meio de parcerias estratégicas, o alcance e o engajamento foram ampliados, evidenciando as vantagens e os benefícios dos cartões por meio de vivências autênticas compartilhadas pelos influenciadores. Essa iniciativa impactou mais de 5,6 milhões de usuários, fortalecendo ainda mais a presença digital da marca.

### Patrocínios e ações de relacionamento:

No decorrer de 2024, 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.

### Ações de relacionamento realizadas em 2024

- **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;
- **Expansão do Projeto TRADE:** presente em Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo, Pirenópolis e Salvador, o projeto foi expandido para Goiânia, proporcionando 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;





- **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 Raimundos, CPM 22, Sepultura e Detonautas, além da artista renomada Fernanda Abreu. Ao atrair um público superior a 800 mil pessoas, o festival proporcionou uma significativa movimentação cultural e econômica na região;



- **Inova Summit:** um dos maiores eventos da América Latina voltado à inovação e negócios, o Inova Summit chegou à quarta edição no Distrito Federal. A edição 2024 contou com a participação de 150 startups, que montaram estandes no evento, além de empreendedores e influenciadores de renome. A BRBCARD marcou presença com um estande interativo que ofereceu palestras inspiradoras, experiências únicas e brindes aos participantes. Essa ação resultou na captação de 240 novos leads, reforçando o compromisso com a inovação e o desenvolvimento de negócios;



- **São João na Rua Dias Ferreira:** localizada no Rio de Janeiro, a tradicional festa contou com a presença 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.

## Salas Vips e Espaços

Em 2024, foi concluída a reforma da Sala VIP, um marco importante para a BRBCARD na busca por excelência e inovação em experiências para seus clientes. As melhorias implementadas visam oferecer um ambiente premium, mas acolhedor e funcional, reafirmando o compromisso em proporcionar momentos de conforto e exclusividade.

### As principais mudanças realizadas incluem:

- **Novo espaço kids:** equipado com uma parede interativa e videogame, garantindo entretenimento para as crianças durante a espera;
- **Novo painel de voo:** fornece informações em tempo real para maior conveniência dos viajantes;
- **Parede verde instagramável:** um ambiente moderno e atrativo, ideal para registrar e compartilhar momentos especiais;
- **Mobiliário moderno e decoração sofisticada:** eleva o padrão estético e funcional da sala, alinhado às expectativas do público premium;
- **Ampliação e reorganização do buffet:** oferece mais conforto, praticidade e qualidade aos usuários.

Os resultados desses esforços refletem-se nos mais de 130 mil acessos registrados nos Espaços VIPs BRB ao longo de 2024. Além de serem reconhecidos como ambientes exclusivos e de alto padrão, eles foram palco de diversas ações de relacionamento com os clientes, reforçando o vínculo com a marca, como a comemoração do Dia dos Namorados, Aniversário de Brasília e decoração de Natal.

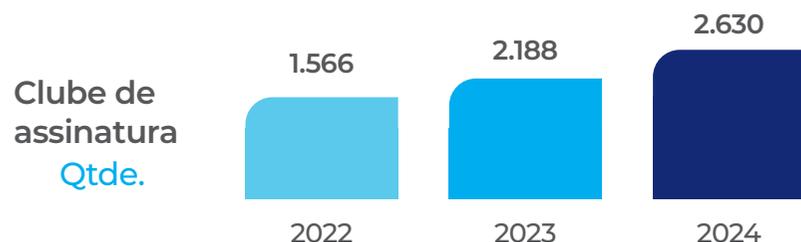
Essas iniciativas reafirmam o compromisso da BRBCARD em oferecer serviços e experiências de excelência, fortalecendo e consolidando a fidelidade de seus clientes.



## 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.

Neste sentido, em 2024, o clube de assinatura encerrou o ano com 2.630 clientes, crescimento de 20%.



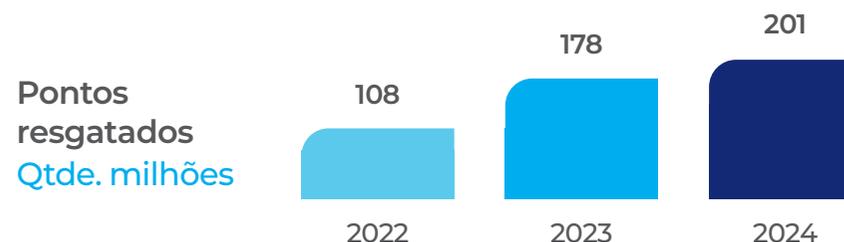
Em 2024, houve o início da parceria com a All Accor. Ela oferece aos clientes das duas empresas uma ampla gama de benefícios, permitindo a transferência de pontos dos programas de fidelidade Curtaí e Dux Experience para o programa de fidelidade ALL – Accor Live Limitless. O associado poderá realizar o resgate de hospedagens em mais de cinco mil hotéis em todo o mundo, além de experiências, como ingressos para jogos de futebol e shows de camarote.

Outro destaque de 2024 foi a parceria com a Decolar.com, que reforça o compromisso com o cliente, permitindo oferecer benefícios e condições personalizadas para que os clientes possam planejar suas próximas viagens.

O 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.

A implementação dos novos parceiros, iniciativas e promoções alavancaram o resgate de pontos em 2024. No período houve um crescimento de 12%.



### Novos parceiros de desconto

Multilaser, Chicago Prime, Noah Spa, Azul Viagens e outros trouxeram significativa ampliação do catálogo de recompensas disponíveis. A adição de mais de 20 novas marcas parceiras resultou em um aumento das ofertas aos clientes, refletido no crescimento de mais de 59% no engajamento e 119% nos resgates em 2024, se comparado ao mesmo período de 2023.



## 6.3 – Gestão de pessoas

No ano de 2024, a BRBCARD foi premiada, pelo 9º ano consecutivo, com o selo GPTW, reforçando seu destaque em boas práticas de gestão corporativa. A empresa também figurou no ranking como uma das Melhores Empresas para se Trabalhar do Centro-Oeste. Esse reconhecimento é resultado do constante investimento na gestão de pessoas e na valorização dos colaboradores, promovendo maior produtividade e alcançando excelentes resultados.



Nesse período, a BRBCARD fez a adesão aos Princípios de Empoderamento Feminino da ONU, comprometendo-se a desenvolver ações que contribuam para a redução da desigualdade entre gêneros. Neste quesito, a BRBCARD tem muito orgulho de ter aumentado, em mais de 10%, a participação de mulheres em cargos de gestão, praticamente igualando a quantidade existente de homens.



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 2024, 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.



## 7 – Desempenho econômico-financeiro

### 7.1 – Resultado líquido

O resultado líquido da BRBCARD foi de R\$ (36,7) milhões.

Em R\$ Mil	2023	2024
Resultado líquido	98.620	(36.771)

Em 2023, houve impacto da equivalência patrimonial, que contribuíram para o resultado em R\$ 65 milhões. Diante da reorganização societária, em 2024, não houve mais impacto das coligadas e controladas.

Em 2024, os eventos de fraude registrados no 1º semestre impactaram negativamente os resultados do período. Tais eventos foram sanados com a implementação de novas ferramentas de segurança, como Face Authenticator, e melhoria no processo de onboarding.

Além disso, iniciativas voltadas à eficiência operacional contribuíram para um desempenho recorrente positivo no 2º semestre, gerando um resultado de R\$ 19,2 milhões.

A carteira de crédito de operações à vista atingiu R\$ 1,738 bilhão, representando um crescimento de 14% em relação ao ano anterior. A carteira de operações de crédito originadas alcançou R\$ 374 milhões. Encerramos o exercício com um índice de inadimplência de 2,37%, bem abaixo da média de mercado de 7,34%.

### 7.2 – Patrimônio líquido

O patrimônio líquido totalizou R\$ 587 milhões em dezembro de 2024, representando uma redução de 52% em relação ao exercício de 2023. Esse decréscimo deve-se, principalmente, à baixa das participações em coligadas e controladas, resultado do Plano de Reorganização Societária do Conglomerado BRB.

Em termos de rentabilidade, o retorno gerado sobre o Patrimônio Líquido Médio Ajustado foi negativo no período, -4,29%.

### 7.3 – Ativos totais

Os ativos totais somaram R\$ 2,684 bilhões ao final de 2024, registrando uma redução de 23% em relação ao mesmo período de 2023, em virtude da baixa das participações em coligadas e controladas, resultante do Plano de Reorganização Societária do Conglomerado BRB.

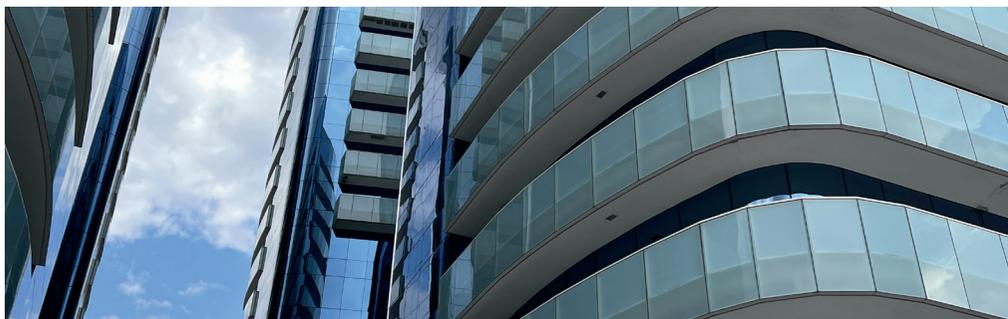
## 8 – GESTÃO DE CONTROLES INTERNOS E RISCOS

A Companhia possui em sua estrutura organizacional uma unidade específica, subordinada à Presidência, 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 n.º 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

Agradecemos aos clientes pela confiança e fidelidade, aos colaboradores, incluindo funcionários, prestadores de serviços e fornecedores, pelo empenho e dedicação e ao controlador pelo voto de confiança depositado em nós.

---

### À Diretoria

#### **Hugo Andreolly Albuquerque Costa Santos**

Diretor-Presidente em exercício  
Diretor de Clientes e Produtos

#### **Marcos Paulo Ilídio dos Santos**

Diretor de Tecnologia e Segurança  
Diretor de Marketing e Negócios em exercício

#### **Fernando Henrique Costa**

Diretor de Operações, Cobrança, Pessoas, Administração e Finanças

## 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  
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

### Hugo Andreolly Albuquerque Costa Santos

Diretor-Presidente em exercício  
Diretor de Clientes e Produtos – DIPRO

### Marcos Paulo Ilídio dos Santos

Diretor de Tecnologia e Segurança – DITEC  
Diretor de Marketing e Negócios – DINEG em exercício

### Fernando Henrique Costa

Diretor de Operações, Cobrança, Pessoas, Administração, e  
Finanças – DIOPF



**brbcard.com.br**

Central de atendimento  
DF **4003 4004**  
Brasil **0800 880 4004**

SAC **0800 880 6147**  
Ouvidoria **0800 642 1105**

## Elaborado por:

Danielle Samarina dos Santos Lemos  
Gerente de Controladoria, Organização  
e Planejamento – GECOP

Felipe Rocha Rêgo  
Coordenador de Orçamento – COORC

## Diagramação:

Glaucio Marques Ribeiro  
Analista de Marketing – GEMAR



 **BRBCARD**



0800 880 6147 | [BRBCARD.com.br](http://BRBCARD.com.br)  
CNC – ST, SAUN Q 5 LOTE C, BLOCO C  
8º ANDAR – ASA NORTE – BRASÍLIA/DF