



JEAN MICHEL
BASQUIAT

Relatório Anual
2018 **BRASILCAP**

5

APRESENTAÇÃO

6

MENSAGEM DA DIRETORIA

8

A BRASILCAP

16 Governança corporativa

20

DESEMPENHO EM 2018

23 Desempenho Econômico

25 Desempenho Operacional

26

CLIENTES

32 Iniciativas de comunicação e de relacionamento

38

PESSOAS

54

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

62

ANEXO GRI

62 Sumário de conteúdo GRI



Apresentação

A Brasilcap, Empresa de capitalização da BB Seguros, transforma vidas por meio de seus produtos, ao oferecer soluções adequadas a cada perfil de cliente, realizando, assim, os planos de empresas e pessoas. Mas essa transformação também se dá por experiências culturais enriquecedoras e ousadas. Para ilustrar o Relatório Anual 2018, que resume as principais conquistas da Companhia no ano, foram escolhidas imagens registradas na exposição *Jean-Michel Basquiat*, grande atração do Centro Cultural Banco do Brasil em 2018 e que foi patrocinada pela Brasilcap. As fotografias capturam bem o impacto das obras do pintor nova-iorquino sobre o público que visitou a mostra – uma metáfora visual sobre a importância da cultura para a sociedade.

As demais iniciativas de responsabilidade social corporativa da Companhia estão em destaque no Relatório, assim como outras informações importantes sobre o desempenho da Brasilcap em 2018. Resultados financeiros, estratégia e gestão, governança corporativa e o relacionamento com os públicos internos e externos completam o conteúdo, repassando um ano de muitas mudanças no mercado de capitalização. O Relatório Anual 2018 foi construído de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), organização não governamental que fornece padrões de nível mundial para reporte de desempenho corporativo das questões ambientais, sociais e de governança.



Mensagem da Diretoria

GRI 102-14

Um ano de novas perspectivas. Assim foi 2018 para o mercado de capitalização. Período que marcou a retomada de crescimento do setor, cuja arrecadação foi de R\$ 21 bilhões, com um incremento de 1,2%, segundo dados da Federação Nacional de Capitalização (Fenacap). Ademais, o segmento vislumbrou um horizonte positivo que se respalda no novo Marco Regulatório da Capitalização, estabelecido pela Susep no ano passado e vigente a partir de abril de 2019.

O normativo traz mais segurança jurídica, transparência para clientes e potencializa o ambiente de negócios. Duas novas modalidades – Filantropia Premiável e Instrumento de Garantia – se juntam às quatro já existentes: Tradicional, Popular, Incentivo e Compra Programada. Não há dúvidas de que um novo ciclo de lançamento de produtos será a tônica do setor para 2019. Isso significa que a capitalização estará ainda mais presente na vida dos brasileiros, seja como solução para a conquista da disciplina financeira aliada ao aspecto lúdico dos sorteios, seja para garantia de imóveis ou contratos, para o exercício da filantropia ou para alavancagem de outros segmentos econômicos.

Não obstante as boas expectativas do setor, 2018 foi um ano desafiador para a Companhia integrante da *holding* BB Seguros. O faturamento no exercício foi de R\$ 4,6 bilhões; as reservas técnicas ficaram em R\$ 9,0 bilhões; e o valor dos ativos totais chegou a R\$ 10,6 bilhões. O portfólio de produtos Ourocap, comercializado pelo Banco do Brasil, manteve posição de destaque no desempenho da Brasilcap no último ano.

A Companhia continuou firme em sua jornada de diversificação de produtos. O Parcela Premiável, produto desenvolvido em parceria com o BV e que apoia a entidade beneficente AACD, teve suas vendas incrementadas em 45% em relação ao exercício anterior, aumentando sua participação relativa no faturamento total da Brasilcap. O mesmo ocorreu com o Cap Fiador, solução oferecida para garantia de aluguel e que é distribuído por mais de 70 parceiros em todo o País. Outra importante ação referente à expansão de negócios foi o lançamento do Boa Sorte, novo produto popular com premiação instantânea, direcionado para ser comercializado pelo comércio varejista no geral. Essas iniciativas permitiram que o faturamento fora do balcão BB crescesse 21,8% em relação a 2017.

A trajetória da Brasilcap também se refletiu nos prêmios distribuídos, que ajudaram a realizar os planos de vida de clientes em todo o País. No ano passado, foi entregue o montante de R\$ 124,2 milhões para mais de 25 mil títulos contemplados.

Não paramos por aí. A Brasilcap obteve reconhecimentos importantes durante o ano de 2018. A Companhia foi classificada como a número 1 do setor de Capitalização pelo anuário *Finanças Mais*, do jornal *O Estado de S. Paulo*, nos seguintes quesitos: “Ativos Totais”, “Provisões Técnicas” e “Rentabilidade do Patrimônio Líquido”. A Brasilcap também foi contemplada pelo oitavo ano consecutivo com o Certificado Empresa Cidadã 2018. O título, dado pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRCRJ), reconhece as boas práticas de responsabilidade socioambiental adotadas pela Companhia e registradas no Balanço Social e no Relatório Anual 2017. Ainda no campo institucional, a Empresa foi a grande vencedora do 5º Prêmio Conarec e obteve a excelência no relacionamento com seus *contact centers* na categoria “Previdência e Capitalização”.



O ano de muitos desafios não impediu a Brasilcap de continuar valorizando a cultura. Fruto do trabalho de muitos, este Relatório tem como inspiração a exposição *Jean-Michel Basquiat*, da qual fomos patrocinadores com a marca Ourocap em 2018. O documento apresenta diversas referências e elementos ligados a esse gênio da arte urbana, que encantou o mundo com a sua diversidade e intensidade. A mostra gratuita, que passou por São Paulo, Brasília, Belo Horizonte e Rio de Janeiro, foi escolhida, com 45% de preferência, a exposição do ano pelo *Guia Folha de S. Paulo*, em votação na internet. Um feito que muito nos orgulha e corrobora a nossa crença de que o acesso à cultura é um meio de transformação da realidade e da educação do Brasil.

Agradecemos a todos que contribuíram para o atingimento dos resultados da Brasilcap. Temos certeza de que 2019 será um ano de muito suor e dedicação, mas também de muitas conquistas, fruto de um trabalho norteado pela agilidade e pela inovação.

Boa leitura!

Marcelo Gonçalves Farinha
**Presidente e Diretor
Administrativo-Financeiro,
Riscos e Compliance**

Euzivaldo Vivi Oliveira Reis
Diretor Comercial

Frederico Queiroz Filho
Diretor de Tecnologia



Conheça a Brasilcap: seus produtos, direcionadores estratégicos e sua posição no mercado nacional de capitalização em 2018



A Brasilcap Capitalização S.A. é uma das líderes do mercado de Capitalização, atuante sob a regulamentação da Superintendência de Seguros Privados (Susep). Referência nacional em seu segmento, a Companhia em 2018 entregou mais de R\$ 124 milhões em prêmios para 25 mil títulos contemplados. O faturamento foi de R\$ 4,6 bilhões, e as reservas técnicas, de R\$ 9 bilhões, as maiores do setor. Parte integrante do grupo Banco do Brasil (BB), a Brasilcap é uma sociedade por ações sediada no Rio de Janeiro e que opera em todas as unidades da Federação por meio da rede do BB e em parcerias com empresas como Correios e BV. GRI 102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7

Fundada em 1995, a Brasilcap já distribuiu mais de R\$ 2 bilhões em prêmios em sua história. Criadora de várias inovações no mercado – como os primeiros títulos com 100% do valor resgatável – a Companhia apresentou em 2018 um novo título popular, o Boa Sorte, que tem sorteio instantâneo. Com as mudanças anunciadas no marco regulatório para o mercado de capitalização, a Empresa se preparou para, em 2019, apresentar mais novidades a seus clientes e manter-se na vanguarda. O protagonismo da Empresa foi corroborado em 2018 com o reconhecimento, no anuário *Finanças Mais* (do jornal *O Estado de S. Paulo*), como a Companhia número 1 do setor de capitalização nos quesitos “Ativos Totais”, “Provisões técnicas” e “Rentabilidade do Patrimônio Líquido”, bem como pelo oitavo título consecutivo de Empresa Cidadã, concedido pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRC-RJ). A Empresa ainda conquistou o 5º Prêmio Conarec pela excelência no relacionamento com seus *contact centers* na categoria “Previdência e Capitalização”.

A BRASILCAP

NESTE CAPÍTULO

03 Governança corporativa



Portfólio 2018

GRI 102-2

Com a linha Ourocap, a Brasilcap permite a acumulação de reservas (com pagamentos mensais, periódicos ou únicos) e a devolução de, no mínimo, o capital aplicado, devidamente corrigido ao fim da vigência do título; durante a vigência, os clientes concorrem

a sorteios. Também são oferecidos títulos de garantia locatícia, soluções voltadas a ações promocionais para pessoas jurídicas e produtos diversos comercializados por meio de parceiros.



| Produto | Características | Como é comercializado |
|----------------------------|---|--|
| Cap Fiador | Com títulos de pagamento único de R\$ 1.000 a R\$ 30 mil, com vigências de 12, 15 e 30 meses, funciona como garantia na hora de alugar um imóvel, dispensando fiador, análise de crédito ou comprovação de renda | Para pessoas físicas ou jurídicas, por corretores de seguros parceiros da Brasilcap |
| Promocap | Títulos de capitalização de pagamento único, adquiridos por empresas que desejam presentear seus clientes com o direito de concorrer aos sorteios | Vendido diretamente pela Brasilcap a pessoas jurídicas |
| Parcela Premiável | Título de pagamento único que pode ser adquirido em conjunto com financiamentos da BV (empréstimo consignado ou financiamento de veículos). O resgate é destinado integralmente à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD) | Por meio da parceria com a BV |
| Ourocap | Público-alvo: pessoas físicas do segmento varejo, com planos de contribuição única, com vigência de 36 meses, a partir de R\$ 1.000, plano de pagamentos mensais (com vigências de 36, 48 e 60 meses) a partir de R\$ 30 e sorteio de prêmios de até R\$ 10 milhões. Para o segmento Alta Renda, temos produtos de Pagamentos Mensais com vigências de 24 e 36 meses, podendo ter um bônus no final da vigência | Débito em conta corrente ou em conta poupança do Banco do Brasil e por meio dos cartões de crédito do Banco do Brasil, nas agências ou por meio dos canais de atendimento do Banco |
| Ourocap Flex | Título de pagamento periódico com 48 pagamentos e vigência de 93 meses a partir de R\$ 100, sendo uma parte aplicada em fundo de renda variável, revertido como um bônus junto ao resgate e prêmios de até R\$ 1,25 milhão | Apenas para pagamento em débito de conta corrente do Banco do Brasil, nas agências ou por meio dos canais de atendimento do Banco (aplicativo mobile, Terminais de Autoatendimento e Internet Banking) |
| Ourocap Estilo Flex | Versão do Ourocap Flex voltado para clientes Estilo BB, com parcelas a partir de R\$ 250 e prêmios de até R\$ 3,125 milhões. Parte de cada mensalidade paga é revertida a projetos de responsabilidade social da Fundação Banco do Brasil (FBB) | |
| Ourocap Multi Sorte | Com mensalidades a partir de R\$ 1.000, promove sorteios semanais de até R\$ 85.750* e no final da vigência um sorteio especial de até R\$ 171,5 mil* | |
| Ourocap Negócios | Oferecido a empresas, pode ser de pagamento único (com vigências de 12, 24, 36 ou 48 meses) ou pagamento periódico (seis parcelas com 36 meses de vigência) e prêmios de até R\$ 3,57 milhões | Correntistas e não correntistas do Banco do Brasil, nas agências ou por meio dos canais de atendimento do Banco |
| PostalCap | Produto de perfil popular. Com um pagamento único de R\$ 12, clientes concorrem a prêmios instantâneos de R\$ 60 e a sorteios de até R\$ 60 mil, líquidos de Imposto de Renda | Nas agências físicas dos Correios |
| Boa Sorte | Produto da modalidade popular, com vigência de 12 meses. Com premiação instantânea e sorteios semanais e um especial no final da vigência | Por meio da parceria com correspondentes bancários |



Principais números – 2018



3,7 milhões
de clientes ativos



R\$124,2 milhões
sorteados



25,8 mil
títulos contemplados



6,2 milhões
de títulos ativos

Orientadores estratégicos

GRI 102-16

Conheça mais sobre as principais diretrizes estratégicas que garantem a sustentabilidade dos negócios da Brasilcap: a Missão, a Visão e os Valores da Empresa, sua cadeia de valor, sua materialidade e a forma como a Companhia monitora e mitiga riscos.



Missão

Ser a solução em capitalização para pessoas e empresas realizarem seus objetivos



Visão

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



Valores

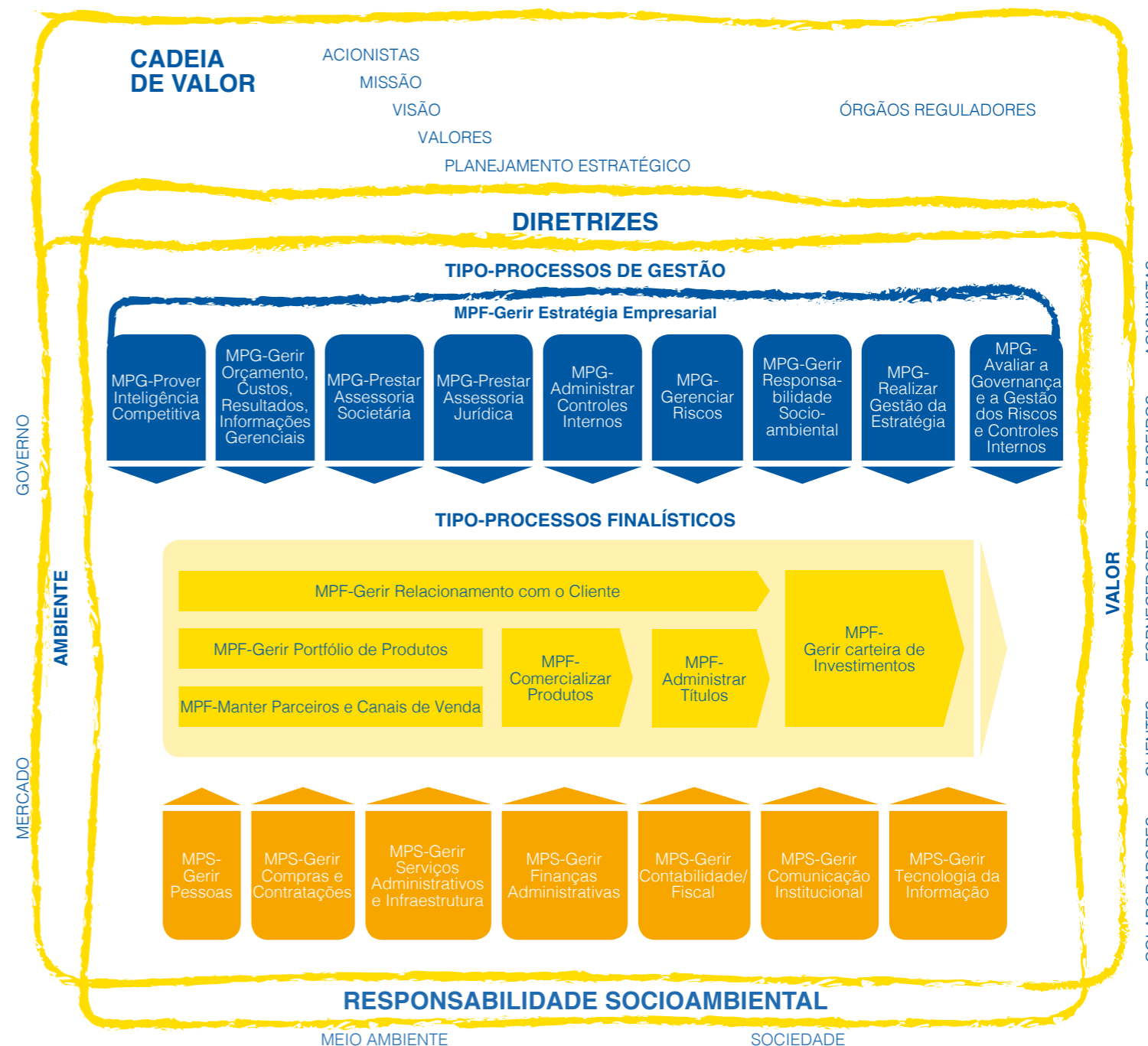
- Comprometimento
- Adaptabilidade
- Excelência
- Inovação

Cadeia de Valor da Brasilcap

GRI 102-15, 102-40, 102-42

A cadeia de valor de uma organização resume todos os processos que suportam a realização do seu negócio, demonstrando o relacionamento com os públicos correlatos.

A Brasilcap retrata sua Cadeia de Valor por meio da representação gráfica a seguir, que permite visualizar os processos (estratégicos, táticos e operacionais) e as relações com seus *stakeholders*.





Materialidade GRI 102-15, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 103-1

A gestão da Brasilcap considera os temas materiais relevantes para a estratégia e para a perenidade dos negócios. A materialidade da Companhia foi definida em 2015, em um processo que envolveu aspectos identificados pelo planejamento estratégico, sugeridos pelos *stakeholders*.

O quadro a seguir traz a relação dos 13 temas materiais, os *stakeholders* mais diretamente envolvidos em cada assunto e quais capítulos do Relatório explicam o tratamento que a Brasilcap dá a cada um deles.

| Temas | Stakeholders mais impactados diretamente | Leia mais neste Relatório no(s) capítulo(s): |
|--|--|--|
| 1. Desempenho econômico | Mercado, colaboradores, acionistas, fornecedores, parceiros | Desempenho em 2018 |
| 2. Presença no mercado e riscos regulatórios | Mercado, acionistas, governo, órgãos reguladores | A Brasilcap, Desempenho em 2018 |
| 3. Aperfeiçoar a governança corporativa | Acionistas, colaboradores, sociedade, órgãos reguladores | A Brasilcap |
| 4. Entrosamento entre as áreas | Colaboradores | Pessoas |
| 5. Promover o engajamento e a produtividade no ambiente de trabalho | Colaboradores, clientes | Pessoas |
| 6. Educação financeira e securitária | Colaboradores, clientes | Produtos e clientes, Responsabilidade socioambiental |
| 7. Impactos econômicos indiretos | Sociedade | Responsabilidade socioambiental |
| 8. Relacionamento com poder público | Governo, órgãos reguladores, sociedade | A Brasilcap, Responsabilidade socioambiental |
| 9. Condições de trabalho, inclusive saúde e segurança | Colaboradores, fornecedores | Pessoas |
| 10. Prevenção à corrupção | Colaboradores, fornecedores, acionistas, órgãos reguladores, sociedade | A Brasilcap |
| 11. Transparência e prestação de contas | Órgãos reguladores, governo, sociedade | A Brasilcap, Desempenho em 2018, Responsabilidade socioambiental |
| 12. Práticas trabalhistas | Colaboradores, fornecedores | Pessoas |
| 13. Proteção dos direitos humanos | Colaboradores, sociedade | Pessoas, Responsabilidade socioambiental |

Gestão de riscos GRI 205-1

A gestão de riscos da Brasilcap inclui segregação de funções (negócio x risco), Política e Normas voltadas ao tema e a constituição de uma estrutura de governança, composta pela Gerência de Riscos e pelo Comitê de Riscos, que presta assessoria ao Conselho de Administração. São integrantes do Comitê o Presidente da Brasilcap, o Diretor Administrativo-financeiro, os Gerentes de Riscos e *Compliance* e membros externos que representam os acionistas.

Conforme determinado pela Susep, os riscos inerentes à capitalização estão divididos em quatro grandes grupos: subscrição, crédito, operacional e de mercado.

Depois de ter revisado e ampliado em 2017 a estrutura e os mecanismos para o monitoramento, com a segregação entre a equipe de gestão de riscos e as áreas de negócios, a Brasilcap investiu, em 2018, no aprimoramento dos controles. Uma empresa especializada em governança e gestão de riscos foi contratada para prestar consultoria e assessorar na reavaliação dos processos de controles internos e *compliance*. O trabalho incluiu a revisão da Declaração de Apetite ao Risco (que formaliza os limites da exposição

da Brasilcap aos riscos monitorados) e a atualização da Política de Gestão e do Perfil de Riscos, cujo escopo incluiu os riscos de continuidade do negócio, corrupção, estratégicos, de imagem, mercado, crédito, liquidez, subscrição e de fraude. Destacaram-se a inclusão de temas ligados à responsabilidade socioambiental (RSA) e à prevenção e ao combate à lavagem de dinheiro.

Uma matriz específica, referente aos riscos ligados às mudanças decorrentes do Marco Regulatório (leia mais em *Desempenho em 2018*), também começou a ser elaborada, e será enviada para avaliação e aprovação da Diretoria e do Conselho de Administração em 2019.

Os controles da gestão de riscos foram aprimorados em 2018





Governança corporativa

A estrutura de governança da Brasilcap segue as determinações da Susep e as recomendações de boas práticas divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Sua gestão obedece, ainda, às determinações de um Código de Ética e Conduta e de um Programa de Integridade, que estabelecem as responsabilidades da alta administração e o respeito às leis e regulamentos específicos do setor de capitalização. Entre os avanços na governança corporativa promovidos em 2018, destacaram-se a criação e a implementação de um plano de trabalho anual para o Conselho de Administração e as criações de dois regimentos internos, um para a Diretoria e outro para a Comissão de Produtos e Negócios.

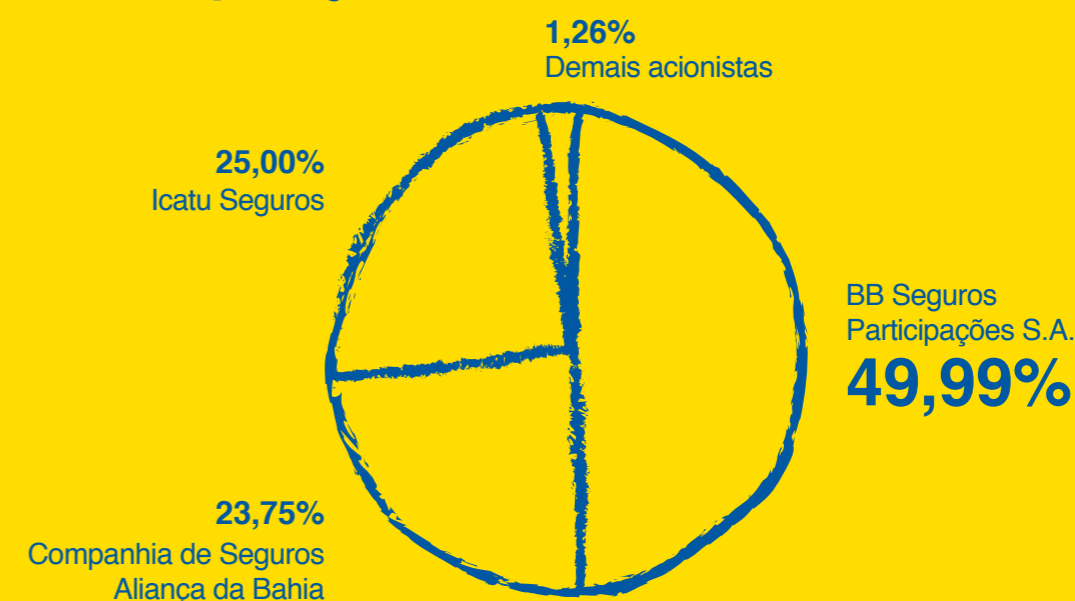


ESTRUTURA DE GOVERNANÇA GRI 102-18

A estrutura de governança da Brasilcap ao fim de 2018 era composta da seguinte maneira:



Composição acionária



Composição dos órgãos de administração *

| Órgão | Ocupante | Cargo |
|-----------------------------|--|-------------------|
| Diretoria | Marcio Lobão | Presidente |
| | Marcelo Gonçalves Farinha | Diretor |
| | Euzivaldo Vivi Oliveira Reis | Diretor Comercial |
| | Frederico Guilherme Fernandes Filho | Diretor |
| Conselho de Administração** | Márcio Hamilton Ferreira | Presidente |
| | Mansueto Facundo de Almeida Júnior | |
| | Marcelo Pacheco dos Guarany's | Conselheiros |
| | Bernardo de Azevedo Silva Rothe | |
| Conselho Fiscal | Maria do Carmo Nabuco de Almeida Braga | |
| | José Caetano de Andrade Minchillo | Presidente |
| | Márcio Santiago Câmara | |
| | Roberto Meira de Almeida Barreto | Conselheiros |
| | Eberson Carlos Costa | |

* Composição em 31/12/2018.

** em 31 de dezembro de 2018 a composição do Conselho de Administração possuía um cargo vago como membro titular.



Combate à corrupção GRI 103 | 205

Os documentos que norteiam o combate à corrupção são o Código de Ética e Conduta e as normas Anticorrupção, de Controles Internos e *Compliance*, de Oferta e Recebimento de Presentes, de Prevenção de Fraudes e de Prevenção e Combate à Lavagem de Dinheiro. Periodicamente, o risco de corrupção é avaliado nos processos operacionais por meio de entrevistas com seus respectivos gestores (autoavaliação de riscos e controles). Além disso, a Empresa possui em sua estrutura organizacional auditoria interna própria, aprimorando o sistema de controles da Companhia, bem como contrata, anualmente, consultoria externa.

A Brasilcap ainda aplica um programa de treinamento anticorrupção obrigatório para o público interno, incluindo funcionários, conselheiros e diretores. O programa, disponibilizado no momento da ocupação do cargo, contém definições acerca do tema corrupção, formas de mitigar e questões sobre o conteúdo incluído. Em 2018, 76,28% dos empregados da Brasilcap foram treinados em políticas e procedimentos anticorrupção (50% da Diretoria, 61,76% dos empregados em nível gerencial, 79,53% do nível administrativo e 83,33% do nível operacional). [GRI 205-2](#)

A implantação do Programa de Integridade e *Compliance*, planejada em 2017, foi um dos compromissos assumidos em 2018 pela Empresa. As diretrizes do Programa e o conteúdo da Política de Integridade serão submetidos em 2019 à aprovação da Diretoria e do Conselho de Administração. A Política de Integridade irá considerar o conteúdo previsto nas normas Anticorrupção, Oferta e Recebimento de Presentes, Prevenção de Fraudes e Prevenção e Combate à Lavagem de Dinheiro.

Em 2018, foi concluído o projeto de aprimoramento de controles internos, que trouxe para a Companhia oportunidades de melhorias em seus mecanismos de conformidade. Um avanço complementar importante foi a internalização do trabalho de auditoria, reforçando as três linhas de defesa dos controles.

As novas exigências regulatórias anunciadas pela Susep (leia mais em *Desempenho em 2018*) trouxeram a necessidade da revisão de documentos relativos aos produtos de Capitalização, como regulamentos, fichas de cadastro e demais informações sobre títulos, de modo a assegurar sua conformidade legal. Também prosseguiu o processo de integração entre as gestões de riscos e de controles internos, a ser concluído em 2019.

Em 2018, não foram identificados casos relacionados a práticas de corrupção. A implantação do Programa de Integridade incluirá medidas anticorrupção, especialmente aquelas que visem à prevenção, detecção e remediação dos atos lesivos contra a administração pública nacional e estrangeira previstos na Lei nº 12.846/2013. [GRI 205-3](#)



76,28%
dos empregados da
Brasilcap cumpriram
treinamentos anticorrupção
em 2018

AValiação de Riscos Relacionados à Corrupção

A Brasilcap realiza anualmente avaliações de riscos na dimensão estratégica e bianualmente na dimensão operacional. Em ambos os processos estão incluídos os riscos de corrupção e suborno. No ciclo de avaliação de 2018 foram identificados seis riscos de

corrupção e suborno, sendo um deles considerado relevante, cuja governança inclui o acompanhamento do *status* pelo Comitê de Riscos de Assessoramento. Os demais são acompanhados pela Diretoria e pelas respectivas gerências executivas responsáveis.

NÚMERO TOTAL E PORCENTAGEM DE OPERAÇÕES SUBMETIDAS A AVALIAÇÕES DE RISCOS RELACIONADOS À CORRUPÇÃO GRI 205-1

| Operações | 2017 | 2018 |
|---|--------|--------|
| Número total de operações da organização | 252 | 252 |
| Número total de operações da organização que foram submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção | 95 | 30 |
| Percentual de operações da organização que foram submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção | 37,70% | 11,90% |

Em 2019, o processo de avaliação de riscos irá contemplar todas as operações não incluídas no escopo de 2018.

CANAL DE ÉTICA GRI 102-17, 103 | 406

O Canal de Ética é destinado a acolher denúncias sobre atos e condutas que violem os princípios éticos da Empresa e/ou que infrinjam a lei. Disponível no *site* (<https://canaldeeetica.com.br/brasilcap/#home>) ou por telefone (0800-377-8003) e aberto a qualquer pessoa, o Canal assegura sigilo absoluto e anonimato às denúncias, que são recebidas por uma empresa independente. Comitês internos fazem a apuração dos casos considerados relevantes, em um processo documentado a cada etapa.

Violações do Código de Ética e Conduta da Brasilcap também devem ser encaminhadas ao Canal de Ética. O documento cobre desde o comprometimento dos empregados com os Valores da Brasilcap e as recomendações para um ambiente de trabalho justo e ético até o relacionamento da Empresa com entes externos, além do combate à lavagem de dinheiro, a conflitos de interesses e a fraudes.

As fornecedoras de serviços e insumos contratadas pela Brasilcap também precisam assinar um termo de ciência sobre o novo Código, comprometendo-se a cumprir suas determinações. Todas as denúncias recebidas em 2018 foram devidamente tratadas.

O Código de Ética, complementado pela Política de Relacionamento com o Cliente, trata do tema da privacidade dos clientes da Brasilcap. Entre as responsabilidades assumidas pela Companhia, estão a manutenção do controle das informações fornecidas pelos clientes, a proibição da comercialização ou da cessão de qualquer dado e a obtenção de autorização prévia para o uso de depoimentos ou de qualquer informação dos clientes. Todos os parceiros comerciais, fornecedores e funcionários se comprometem a manter absoluto sigilo no tocante às informações, aos dados e aos documentos recebidos dos clientes. Em 2018, a Brasilcap não recebeu queixas relativas a este tema. [GRI 103 | 418, 418-1](#)



DESEMPENHO EM 2018

Em um período marcado por instabilidade política e um crescimento econômico ainda pequeno, o mercado brasileiro de capitalização encerrou 2018 com receitas e reservas em alta. O ano ainda foi marcado pela apresentação de um novo marco regulatório para o segmento, estabelecido pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), e que exigirá uma variedade de adaptações nos negócios da Companhia. A Brasilcap obteve êxito ao preparar todos os seus processos para as mudanças regulatórias exigidas pela Susep.

NESTE CAPÍTULO

- 01 Desempenho econômico
- 02 Desempenho operacional

O contexto do mercado no ano

O ano de 2018 foi marcado por uma recuperação lenta da economia brasileira, pelo desemprego ainda elevado (mas em queda) e por uma taxa de inflação sob controle. A tendência de retomada do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), iniciada ainda em 2017, confirmou-se, embora de forma mais tímida do que o previsto. Fatores imprevistos como a paralisação nacional dos caminhoneiros, ocorrida em maio, impactaram negativamente a atividade econômica em diversos setores.

Pela primeira vez desde 2014, as receitas totais das empresas brasileiras de Capitalização se elevaram na comparação com o ano anterior, de acordo com dados compilados pela Federação Nacional de Capitalização (Fenacap). As reservas técnicas – recursos correspondentes a títulos de Capitalização ativos e que serão posteriormente resgatados pelos clientes – também registraram crescimento em relação a 2017. O setor injetou na economia R\$ 17,3 bilhões em resgates finais e antecipados e R\$ 1,08 bilhão oriundo de sorteios. Outro dado positivo para o setor foi a queda no volume de resgates, sinal de que os clientes têm conseguido economizar e manter suas reservas por mais tempo sem antecipar a retirada.

Principais indicadores do mercado – 2018



R\$21,06 bilhões: receitas totais do sistema, 1,4% superiores às de 2017



22%: participação da Brasilcap no total das receitas



R\$29,42 bilhões: provisões técnicas totais do sistema, total 0,9% superior ao de 2017



R\$1,08 bilhão: valor pago em sorteios



A mudança no Marco Regulatório

GRI 102-10

Com as Circulares nº 569, 576 e 582, editadas de maio a dezembro de 2018, a Susep estabeleceu um novo marco regulatório para as atividades de capitalização, com determinações que precisam ser seguidas por todas as sociedades de capitalização até o fim do mês de abril de 2019. Uma das mudanças significativas foi a criação de duas novas modalidades de título de capitalização – Instrumento de Garantia e Filantropia Premiável – que se unem às quatro outras já existentes (Tradicional, Compra Programada, Popular e Incentivo).

Apesar de já serem oferecidas ao público há algum tempo, as novas modalidades eram apresentadas dentro das categorias Tradicional, Popular e Incentivo; com a mudança no Marco, elas ganharam regras próprias. A modalidade de Filantropia Premiável permite ao cliente ceder os seus direitos de resgate do título a uma entidade filantrópica previamente definida, participando dos sorteios ao longo da vigência do contrato, enquanto a modalidade Instrumento de Garantia faz uso de títulos de Capitalização como garantia (por exemplo, na locação, em substituição aos modelos de caução, fiador ou seguro-garantia).

Outra mudança incluiu a necessidade de definir um novo processo de comunicação sobre o repasse de valores de resgate à(s) instituição(es) filantrópica(s) credenciada(s), tornando o processo mais transparente para a sociedade e não somente ao órgão regulador. A partir de 2019, o relatório de contribuições de repasses às instituições, mensalmente, será divulgado no *site* da Companhia.

A Brasilcap participou da consulta pública que contribuiu para as definições do novo marco, aberta ainda em 2017, e, no decorrer de 2018, se preparou intensamente para a implementação das mudanças necessárias. Os esforços para a adequação do portfólio de produtos envolveram praticamente todas as áreas da Companhia, e incluiu revisão de contratos e de cálculos de remuneração, ajustes nos materiais de comunicação sobre os serviços oferecidos. Outras alterações envolveram a gestão de riscos da Companhia, bem como os mecanismos de controles internos e *compliance* (leia mais em *A Brasilcap*). Todos os produtos desenvolvidos para lançamento em 2019 já serão oferecidos conforme as novas regulamentações.

Desempenho econômico

GRI 103|201

Mesmo com reduções no lucro líquido e nas receitas totais em comparação com 2017, o desempenho da Brasilcap em 2018 permitiu atingir as metas previstas para os principais indicadores financeiros. O resultado financeiro ficou acima do esperado, fruto de decisões de investimentos que incluíram o aumento da exposição a títulos de prazos mais longos que se beneficiaram da redução das taxas de juros e uma gestão ativa com utilização de derivativos para proteção da carteira, escolhas que se provaram acertadas em um ano de intensa volatilidade. A estratégia de diversificação de mercados e clientes, com a busca pelo aumento dos negócios realizados fora dos canais do Banco do Brasil (como o Parcela Premiável e o Cap Fiador), foi compensada com um relevante incremento nas receitas desses produtos.

O principal compromisso financeiro foi o atingimento integral do orçamento, incluindo vendas, custos operacionais, despesas administrativas, resultado financeiro e lucro líquido. Uma gestão de custos assertiva permitiu a redução em 26% das despesas totais da Companhia; a renegociação de contratos com fornecedores e a adoção de um sistema automatizado de controle orçamentário contribuíram para o desempenho positivo. Cerca de R\$ 6 milhões foram economizados com a redução de passivos judiciais em razão de acordos e encerramento de processos.

O Planejamento Estratégico, o Orçamento, os investimentos e o controle de custos são as principais referências para a gestão do desempenho econômico da Brasilcap, que é acompanhada permanentemente pela área de Controladoria (realização orçamentária) e pelos Comitês Financeiro, de Risco e Auditoria e Fiscal, além da Auditoria Externa e do Conselho de Administração. O Programa de Participação nos Lucros, condicionado ao atingimento das metas, também participa do acompanhamento.

Principais indicadores de 2018



R\$119,55 milhões:

lucro líquido



R\$4,61 bilhões:

receitas totais



R\$163,39 milhões:

resultado financeiro



R\$10,59 bilhões:

ativos totais



9,05% rentabilidade

da carteira de investimentos, superior à meta do ano (8,02%)

Representação na FenaCap

GRI 102-12, 102-13

A dedicação da Brasilcap às exigências do Marco Regulatório foi reconhecida no evento Trilhas FenaCap 2019 – Retrospectiva 2018 e Oportunidades, promovido pela FenaCap. O encontro destacou as principais atividades desenvolvidas em 2018 pelas comissões técnicas da Federação.



Jacqueline Lana, gestora de Produtos da Brasilcap, foi premiada pela FenaCap



Demonstração de valor adicionado (DVA) GRI 201-1

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO (R\$ MIL)

| Gerado | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| Receitas | 7.334.816 | 6.115.418 | 5.527.023 |

VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (R\$ MIL)

| Distribuído | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Custos operacionais | 6.463.068 | 5.586.788 | 5.338.030 |
| Salários e benefícios de empregados | 50.521 | 55.439 | 53.178 |
| Pagamentos a provedores de capital | 268.113 | 178.361 | 48.373 |
| Pagamentos ao governo | 368.558 | 218.167 | 109.372 |
| Investimentos na comunidade | 13.474 | 6.315 | 2.997 |
| Total | 7.163.734 | 6.045.070 | 5.551.950 |

VALOR ECONÔMICO RETIDO (R\$ MIL)

| Retido | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---------|--------|--------|
| "Valor econômico direto gerado" menos "Valor econômico distribuído" | 171.082 | 70.348 | 71.181 |

VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (%)

| Distribuído | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------------------|------------|------------|------------|
| Custos operacionais | 90,22 | 92,42 | 96,15 |
| Salários e benefícios de empregados | 0,71 | 0,92 | 0,96 |
| Pagamentos a provedores de capital* | 3,74 | 2,95 | 0,87 |
| Pagamentos ao governo* | 5,14 | 3,61 | 1,97 |
| Investimentos na comunidade* | 0,19 | 0,10 | 0,05 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

*As variações dos índices estão relacionadas ao lucro líquido do exercício, que foi afetado significativamente pela redução nas taxas de juros.

Desempenho operacional

Mesmo diante dos impactos nas rotinas operacionais provocados pelas ações em atendimento às exigências do novo marco regulatório da Susep, as áreas operacionais não perderam o foco na melhoria contínua. Os compromissos assumidos pelas áreas operacionais incluíram o aperfeiçoamento dos procedimentos de pós-venda e outras medidas para aumentar a retenção de clientes, a avaliação do nível de adequação do portfólio ao atual momento da economia, a elevação do nível de *savings* nos processos de compras e a implementação da Agenda de Melhorias formulada a partir da atuação da Ouvidoria.

No decorrer do ano, completou-se a migração dos *data centers* da Companhia para servidores externos remotos (*cloud storage*), o que reduziu custos de manutenção e a mão de obra necessária. Uma plataforma de serviços completamente nova, mais moderna e compatível com as soluções mais usadas no mercado, foi lançada com um projeto piloto de um título de capitalização da modalidade Popular. Ao longo de 2019, haverá avanços na plataforma e a transferência progressiva de todos os produtos, já adequados ao novo marco regulatório.

As áreas de compras e de infraestrutura foram unidas, o que trouxe mais eficiência e ganho de escala aos processos. Buscou-se ampliar a colaboração entre as diversas áreas envolvidas, com maior interação na execução dos processos de compras. A gestão de BPO (*business process outsourcing*, ou terceirização de atividades) também foi redesenhada, em prol da melhoria contínua dos serviços prestados. GRI 102-9

No relacionamento com fornecedores, uma inovação importante foi a introdução de um controle automático de compromissos, que verifica em tempo real a porcentagem já realizada dos contratos de produtos e serviços e alerta sobre os compromissos futuros. O esforço para redução de despesas incluiu um planejamento plurianual de contratações, que permitiu antever vencimentos de contratos nos próximos anos e buscar melhores condições e preços. GRI 102-9

Em 2019, os focos de melhoria estarão na implementação de um ecossistema de inovação para acelerar ideias que gerem resultados de curto prazo e colaborem para o cumprimento dos objetivos estratégicos; nos progressos em termos da modernização da estrutura de TI; no trabalho de resignificação dos produtos e serviços, em maior alinhamento com o propósito da Companhia; e do aprimoramento contínuo do atendimento e do engajamento com os clientes. Também será conduzida uma revisão das normas e procedimentos de contratação e compras, de modo a aumentar a agilidade nos processos e na gestão dos contratos.

Em 2018, todas as áreas operacionais mantiveram o foco na melhoria contínua de seus processos



CLIENTES

NESTE CAPÍTULO

03 Iniciativas de comunicação e de relacionamento

Como em 2017, prosseguiu em 2018 o aumento da captação de clientes fora dos canais exclusivos do Banco do Brasil, em especial por meio dos produtos Cap Fiador, Parcela Premiável e PostalCap. A participação dos negócios efetuados com parceiros externos nas receitas e na base de clientes atingiu um patamar recorde na história da Companhia.

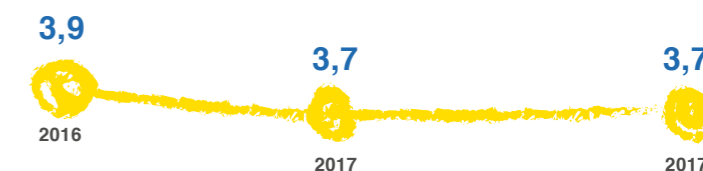
A estratégia de relacionamento com os clientes privilegiou os canais digitais, com ações e campanhas explorando a comunicação via dispositivos móveis e a interação nas redes sociais. A régua de relacionamento com os clientes Ourocap foi revisitada. No decorrer do ano, diversas interações foram realizadas para comunicar sobre datas de sorteios, contemplações e valores de resgates, bem como para dar as boas-vindas aos novos clientes.

Apesar de o número de clientes ativos ter se mantido estável em comparação a 2017, houve redução na quantidade de títulos ativos, que culminou também em menor quantidade de títulos contemplados e queda no volume monetário distribuído em sorteios.

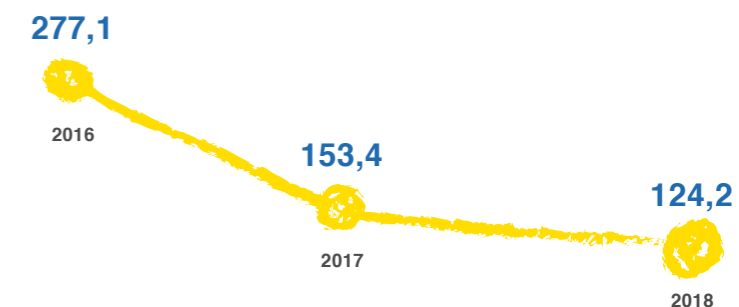
A agenda de sorteios e de divulgação e entrega de prêmios prosseguiu, com eventos segmentados pelo valor do prêmio a ser distribuído. Em 2019, com as mudanças do Marco Regulatório plenamente implementadas, a Brasilcap se prepara para reforçar a comunicação e a divulgação sobre os novos produtos. Um passo importante para tanto será a ativação de um novo canal de vendas, que tirará proveito da nova plataforma de microsserviços e de recursos digitais inovadores em seus processos.

Principais indicadores – clientes (série histórica)

Base (milhões de clientes)



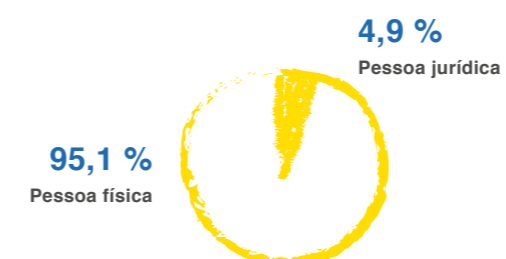
Prêmios (R\$ milhões)



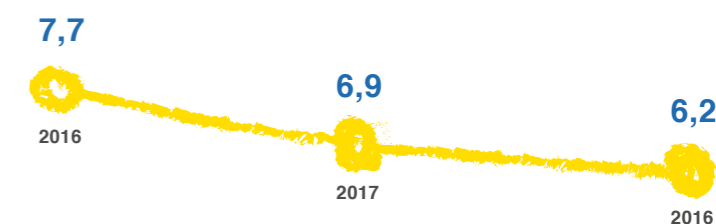
Títulos contemplados



Distribuição PF/PJ (2018)



Total de títulos ativos (milhões)





Produtos GRI 103 | 419

Os processos da Brasilcap são avaliados quanto aos possíveis impactos socioambientais, nos ciclos de autoavaliação de riscos e controles, o que inclui os processos comerciais, de criação de produtos, de atendimento ao cliente, de relacionamento com parceiros, fornecedores e terceiros. [GRI FS2](#)

Em relação ao marketing e à rotulagem de produtos, há um item específico (Risco de Subscrição) na Norma de Gestão de Riscos Operacionais, além de fluxos e procedimentos internos. Adequar todo o portfólio da Brasilcap ao novo Marco Regulatório do setor é um dos compromissos da Companhia em 2019. Os títulos são submetidos ao órgão regulador (Susep) e um monitoramento, feito através de consulta ao *site* da Susep, garante a conformidade dos produtos aos normativos em vigor antes de sua comercialização. Uma auditoria interna verifica o mesmo em relação aos produtos no mercado e suas condições gerais, datas de aprovação no órgão regulador entre outros itens auditados. [GRI 103 | 417](#)

Foi iniciada a adaptação do portfólio de produtos às novas especificações do Marco Regulatório

São exigidas pelos procedimentos internos informações referentes aos seguintes tópicos: [GRI 417-1](#)

- Terceirização de componentes do produto ou serviço (100% dos produtos em comercialização): distribuição é feita através do canal de corretores e balcão de parceiros.
- Conteúdo que possa gerar um impacto ambiental ou social considerando as categorias de produtos Popular e Tradicional: A modalidade Popular concentrou 22,45% de todos os títulos emitidos na Brasilcap em 2018, e a Tradicional, 0,11%. Os produtos Parcela Premiável possuem cessão de resgate (50,48%, 25,48% ou 36% do valor pago na operação) para a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). O Ourocap Estilo Flex repassa 0,25% do valor arrecadado de todas as parcelas para a Fundação Banco do Brasil (FBB).
- Uso seguro do produto ou serviço (100% dos títulos em comercialização): todos os produtos da BrasilCap respeitam as normas vigentes e só podem ser comercializados após prévia aprovação pela Susep.

No portal web da Brasilcap, há textos explicativos sobre todos os produtos, incluindo uma seção de Perguntas Frequentes, materiais promocionais e legais (Condições Gerais, Título, Informe de Rendimentos) que o cliente podem acessar.

Em 2018 não houve casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a informações e rotulagem de produtos e serviços nem em comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio. [GRI 417-2](#) [GRI 417-3](#)



CAP FIADOR

As vantagens do uso de títulos de capitalização como garantia em contratos de locação imobiliária são muitas. Ao substituir o fiador tradicional, a caução e/ou o seguro-fiança, o Cap Fiador elimina os riscos envolvidos no processo, de forma ágil e segura, com devolução de 100% do valor pago ao final do plano. A oficialização da categoria de Instrumento de Garantia, incluída na mudança do marco regulatório, é positiva para o produto, pois aumenta a clareza sobre suas regras, obrigações envolvidas e os direitos dos clientes.

A Companhia prosseguiu com a estratégia de divulgar esses diferenciais junto ao mercado imobiliário, em contato direto com corretoras especializadas em serviços de capitalização. Com isso, a base de corretoras de seguros da Brasilcap que comercializam o Cap Fiador alcançou mais de 80 parceiros em 2018. Além disso, o cenário 2018 foi otimista para a Brasilcap, que cresceu mais que a média do mercado, alcançando 8% de incremento.

Para estimular o desempenho comercial dessa rede, a Brasilcap criou um novo modelo de relacionamento, o Programa de Relacionamento Cap Fiador. Os parceiros foram classificados em categorias, de acordo com seus resultados; condições diferenciadas agora são oferecidas às corretoras, de modo a valorizar e reconhecer os líderes de vendas.

A constante atuação no mercado imobiliário com eventos, treinamentos e campanhas impulsionam as vendas do produto. Foram realizados 94 treinamentos sobre o Cap Fiador e sobre o sistema de comercialização, que contaram com 1.331 participantes do mercado imobiliário. Ainda aconteceram nove eventos de premiação Cap Fiador voltados para esse mercado, com a participação de mais de 700 pessoas que ajudaram a promover as vantagens e benefícios do produto. [GRI FS15](#)



PROMOCAP

Voltado para pessoas jurídicas, o Promocap, produto composto de série(s) de títulos de capitalização da modalidade incentivo, é utilizado de forma customizada. Empresas dos mais diversos segmentos realizam ações promocionais através da distribuição de prêmios por sorteio, para incremento de vendas, expansão de base e aumento de captação de recursos, por exemplo. A empresa interessada especifica as características e valores envolvidos nas promoções e a Brasilcap entrega um produto personalizado, num processo ágil e sem burocracia.

O Cap Fiador e o Parcela Premiável tiveram expressivo aumento de vendas em 2018

Alguns clientes e promoções realizadas com o Promocap em 2018: Crédito Premiado (Banco do Brasil), Sinaf da Sorte (Sinaf Previdencial Cia de Seguros), Seguros de Vida Premiados (Brasilseg), Seu Salário Vale Pontos (Poupex) e A um Passo do Paraíso (Cielo).

PARCELA PREMIÁVEL

O Parcela Premiável é uma família de produtos que se beneficiou das alterações feitas em 2018 no marco regulatório, que incluíram regras específicas para a categoria Filantropia Premiável, que serão implementadas em 2019. O título é oferecido em parceria com a BV, e os clientes recebem cinco “números da sorte” com os quais concorrem a sorteios durante o prazo do financiamento feito com a instituição parceira. O valor do resgate é integralmente repassado à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD).

Assim como o Cap Fiador, o Parcela Premiável cresceu 45% nas vendas e 28% na base de clientes em 2018. Foram cerca de R\$ 200 milhões de faturamento com o produto, o que propiciou um volume recorde de repasses à AACD, chegando a R\$ 5,5 milhões (leia mais em *Responsabilidade socioambiental*).

OUROCAP

Comercializados por meio dos canais de venda do Banco do Brasil, os produtos da linha Ourocap respondem pela maior parte dos negócios da Brasilcap. É um conjunto de títulos voltados a diversos públicos, entre pessoas físicas e jurídicas, que buscam a cultura de guardar recursos e contam com a possibilidade de premiações por meio de sorteios.

Além da revisão das características dos produtos para a adequação ao novo marco regulatório, o portfólio foi reavaliado em 2018 (um processo que prossegue em 2019) de modo a criar títulos e soluções cada vez mais aderentes às necessidades dos consumidores. Demandas reais dos clientes orientam esse trabalho, que tem foco na apresentação do Ourocap como um produto versátil, com atributos coerentes as aspirações do público, bem como a própria visão da Brasilcap (transformar vidas por meio da Capitalização).

Outro destaque de 2018 foi o expressivo aumento da contratação de produtos Ourocap por meio do aplicativo mobile do Banco do Brasil. O *app* do BB disponibiliza a compra de novos títulos de forma rápida e descomplicada. O número de clientes que

adquiriram um Ourocap pelo mobile de forma espontânea cresceu em 107% em comparação com 2017.

Foram realizados 146 treinamentos sobre o Ourocap, que reuniram mais de 7 mil da força de vendas BB. O treinamento continuado para os produtos Ourocap objetiva manter a força de vendas capacitada, promovendo assim vendas qualificadas e sustentáveis. [GRI FS15](#)

POSTALCAP

Título da modalidade popular, o PostalCap conta com o apelo lúdico e é voltado para os clientes que acreditam na sorte para a realização dos seus planos por meio dos sorteios. Com um único pagamento de R\$ 12, os compradores concorrem a prêmios instantâneos de R\$ 85,71 e ainda participam de quatro sorteios de R\$ 8.571,42 no primeiro mês de vigência e de um sorteio especial de R\$ 85.714,28 no último mês de vigência. O produto é ofertado apenas nas agências dos Correios.

BOA SORTE

Título da modalidade Popular, o Boa Sorte é o primeiro produto da Brasilcap lançado e administrado a partir da nova plataforma de micros-serviços da Companhia. Chegou ao mercado em agosto de 2018, ainda em um formato piloto. É um título de capitalização de curto prazo, com um pagamento único de R\$ 10 e vigência de 12 meses. Os compradores podem ser sorteados com R\$ 100 instantaneamente, no ato da compra (realizada em estabelecimentos parceiros), e depois concorrem a sorteios semanais de R\$ 10 mil e especial de R\$ 100 mil.

Em 2019, a Brasilcap busca consolidar o produto, ampliando a rede de parceiros que o comercializam.



Iniciativas de comunicação e relacionamento

Em um ano marcado por muitas mudanças no cenário regulatório, a comunicação entre a Brasilcap e seus clientes esteve voltada para a consolidação da marca BB Seguros, que reúne os produtos de capitalização, previdência privada, planos odontológicos e seguros do Banco do Brasil. A principal iniciativa foi a campanha “Para todos os seus futuros”, divulgada em meios impressos e eletrônicos, e que reforçou as soluções que as empresas coligadas apresentam para que as pessoas planejem seus futuros, com otimismo e confiança.

PRESENÇA NA MÍDIA

A Brasilcap apareceu mais e melhor na mídia em 2018. O número de menções à Empresa nos meios de comunicação e a mídia espontânea recebida aumentaram 14,5%, quando comparado com 2017. Uma metodologia própria, baseada no processo empregado pela Brasilprev, foi aplicada para compilar e analisar as aparições da Companhia. A área de comunicação trabalhou ativamente para aprimorar o relacionamento com os veículos de comunicação, o que incluiu campanhas em conjunto com a Fenacap. Foram mais de 100 matérias e notícias estimuladas pela Brasilcap em 2018, sendo cerca de 30% delas divulgadas em veículos de relevância nacional e regional, como *O Globo*, *Valor Econômico*, *Extra* e *O Dia*, entre outros.

Canais digitais

Uma das prioridades da comunicação da Brasilcap foi o engajamento com os clientes por meio de canais digitais. Para isso, foi adotada uma linha editorial simples e objetiva a respeito da educação financeira, com intuito de instruir e mostrar como um planejamento antecipado pode auxiliar a organizar a vida e as finanças e, consequentemente, a realização de planos e objetivos.

Foi lançada a campanha #AcreditaQueVai no *site* e nas redes sociais. Lançada no período da Copa do Mundo, buscou traduzir a emoção e a empolgação típicas do torcedor brasileiro. Focada em mídias digitais e em ações de endomarketing, a campanha mostrou que a compra de títulos de capitalização é a

ponte para atingir esses resultados, uma ferramenta que abre caminho para transformar vidas. Os personagens centrais das peças formam um grupo de torcedores da cidade de Santa Maria de Jetibá (ES), que realizaram o sonho de viajar à Rússia para assistir aos jogos da Copa. O objetivo foi concretizado com as reservas acumuladas durante três anos com títulos de capitalização Ourocap, uma economia suficiente para cobrir custos com hospedagem, voos e ingressos para a primeira fase dos jogos.

A ideia era transmitir para o público, por meio de uma data de oportunidade como a Copa do Mundo, a história real do grupo de capixabas. Com isso, disseminamos para a maior quantidade de público possível o planejamento financeiro como uma prática necessária para conseguir concretizar planos. Apresentamos o Ourocap como um instrumento preponderante de educação financeira e como um ponto de partida para aprender a se planejar e iniciar a vida financeira pessoal.

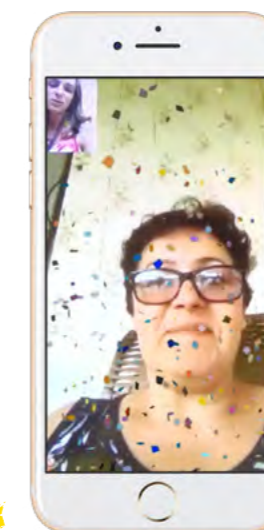
Destaque no Prêmio Antônio Carlos Almeida Braga



A campanha #AcreditaQueVai também foi um dos destaques do Prêmio Antônio Carlos Almeida Braga de Inovação em Seguros, uma iniciativa da Confederação Nacional de Seguros (CNSeg). Entre mais de 115 projetos inscritos, a campanha foi uma das cinco finalistas na categoria “Comunicação”. A premiação, que chegou à sua oitava edição em 2018, foi criada para valorizar ideias inovadoras que contribuam para o crescimento do mercado segurador. Outras duas categorias (“Produtos e serviços” e “Processos e tecnologia”) são contempladas no evento.

Principais destaques

Com uma estratégia orientada para o foco no cliente (com a humanização da marca e a busca de uma linguagem mais emocional) e a ampliação do alcance, do engajamento e da conversão, a Brasilcap esteve nos meios digitais das seguintes formas em 2018:



VÍDEOS

A Companhia buscou impactar os usuários/consumidores de uma forma sinérgica com as tendências digitais, adotando os vídeos como um formato de mídia de alto potencial para divulgação. Durante todo o ano, foram difundidos vídeos no YouTube, nas redes sociais e demais canais digitais da Companhia, que buscaram mostrar as funcionalidades, o valor dos produtos e a praticidade em adquiri-los com o uso do aplicativo mobile do Banco do Brasil.

Entre as peças de maior impacto, vale lembrar de uma vídeo-chamada registrada em tempo real para comunicar uma cliente contemplada com um prêmio de R\$ 2 milhões; um divertido tutorial explicando como adquirir um Ourocap por meio do *app* do Banco do Brasil; e um vídeo em estilo *storytelling* com a história real de um cliente que, após usar o Ourocap para economizar e pagar os estudos do filho, ainda foi sorteado com um grande prêmio.



MICRO INFLUENCIADOR

A campanha #AcreditaQueVai transformou Fabrício Silva, gerente de relacionamento PF da agência do Banco do Brasil em Santa Maria de Jetibá (RS), em protagonista. Ele foi o organizador do grupo de amigos que usou o Ourocap para juntar dinheiro e viajar para a Copa da Rússia. No YouTube, o vídeo teve mais de 99 mil visualizações.

REDES SOCIAIS

A Brasilcap encerrou o ano de 2018 com 219 mil seguidores nas redes sociais e um aumento de 77% em relação ao engajamento dos usuários com os conteúdos publicados. Foram mais de 370 mil curtidas nas postagens.



BLOG ZERO PERRENGUE

O *blog* acompanhou a viagem dos brasileiros à Rússia e obteve ótimos resultados em termos de visitas e conversões. Um aumento de 1.027% nos acessos e um crescimento de 1.209% no número de novos usuários foram registrados durante a campanha. No somatório de 2018, o *blog* teve um crescimento de 79% em relação aos acessos do ano anterior.

SITE BRASILCAP

Mesmo com uma estratégia voltada ao aumento do uso do aplicativo do Banco do Brasil, o *site* da Brasilcap registrou 1,33 milhão de acessos em 2018. Durante o período da campanha #AcreditaQueVai, a página "Família Ourocap" teve um aumento de 270% no número de acessos, gerando uma taxa de conversão de 3,6% – para efeito de comparação, a média do mercado brasileiro é de 1,4%.

O *site* da Brasilcap na internet teve mais de 1,33 milhão de acessos em 2018

Pesquisa on-line

Em 2018, uma pesquisa de opinião feita com clientes que adquiriram o Ourocap pelo *App* e pelo Internet Banking buscou sintetizar a percepção destes, diante do atual cenário digital e das especificidades que permeiam esse processo de compra.

Entre os destaques das respostas, vale citar:
GRI 102-43, 102-44



Os resultados do estudo geraram informações ricas e relevantes sobre as experiências de compra on-line, com uma melhor compreensão sobre o comportamento do consumidor e suas principais expectativas. A pesquisa forneceu insumos fundamentais para que novas e assertivas ações fossem desenvolvidas para a comercialização do Ourocap.

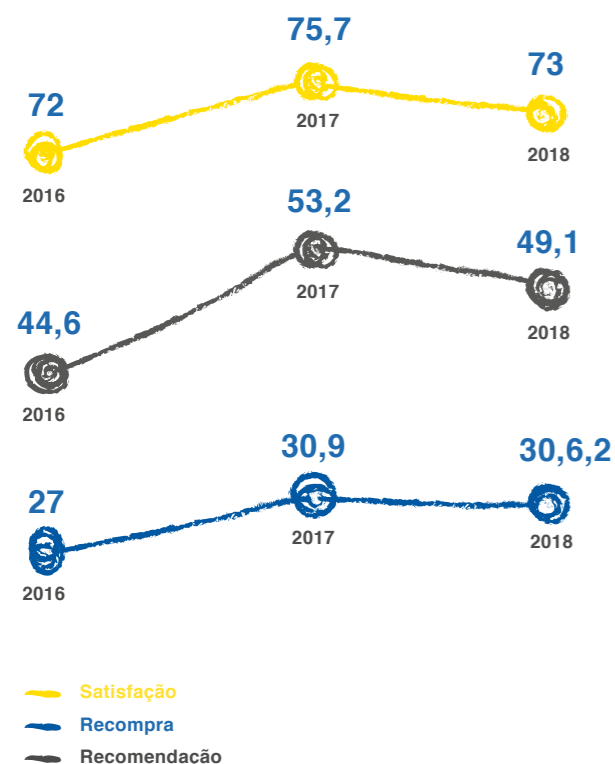


Pesquisa de satisfação GRI 102-43, 102-44

Dando continuidade à pesquisa de satisfação realizada anualmente pela Brasilcap, em 2018, por meio da Central de Atendimento (contato telefônico), abordamos os clientes possuidores de Ourocap. Para esta pesquisa, utilizamos uma amostra que reflita a nossa base de clientes.

A partir de 2019 a Brasilcap passa a adotar o Net Promoter Score (NPS) como métrica. O método quer avaliar a percepção dos clientes para, a partir dela, trabalhar melhorias dos nossos produtos e serviços e consequentemente da marca. Por ser amplamente utilizado pelas empresas, permite benchmarking e está vinculado à participação nos lucros e resultados em empresas de diversos portes e segmentos, que são referência em qualidade de produtos e atendimento. O objetivo é, por meio do NPS, medir o quanto seus clientes são leais à sua marca. A meta é atingir a nota 19 através do cálculo do NPS.

Satisfação do cliente com o Ourocap (%)



A satisfação do cliente com o atendimento prestado pelo Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) é o indicador de desempenho que a Brasilcap acompanha. O objetivo é saber, logo após a ligação telefônica, qual é a percepção do cliente com o atendimento que acabou de receber.

A referência é colocada como meta e objetivo da área de Relacionamento com o Cliente, a fim de nortear as ações de melhorias de processos de atendimento para a manutenção e melhora do indicador. É entendido que a experiência do cliente no canal mais utilizado deve ser aperfeiçoada constantemente.

Nos últimos anos, os resultados das pesquisas têm se mantido estáveis, o que indica a manutenção do resultado, indicando que a política adotada está trazendo o desempenho esperado para a Brasilcap e o cliente. Nos próximos anos, o objetivo é expandir a medição do indicador nos demais meios de contato do cliente, como *chat*, *e-mail*, autoatendimento do *site* e nas redes sociais.

Satisfação do cliente com o atendimento prestado (%)



Vitória no 5º Prêmio Conarec

A Brasilcap foi a vitoriosa na categoria "Previdência & Capitalização" na quinta edição do Prêmio Conarec, oferecido pelo Congresso Nacional das Relações Empresa-Cliente (Conarec), em setembro de 2018. O prêmio presta reconhecimento às Companhias que se destacam pela qualidade de seu atendimento ao cliente e pela experiência proporcionada a seus consumidores. Um diferencial da premiação é que os vencedores são escolhidos pelas próprias empresas dos setores nos quais atuam, o que confirma a posição de referência da Brasilcap dentro do setor de capitalização.



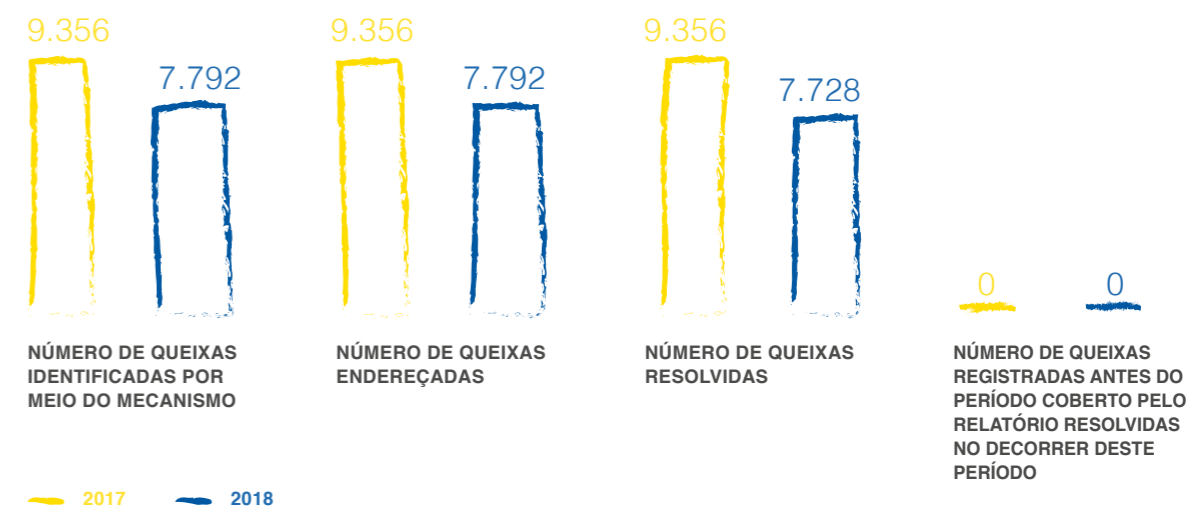
Atendimento de demandas e queixas GRI 103-2

As queixas recebidas nos canais de atendimento são devidamente analisadas e respondidas pelos responsáveis. Quando a reclamação é procedente, são tomadas as ações devidas para correção, e o cliente recebe a resposta pelo canal. Mesmo que a

reclamação não seja procedente, o cliente é contatado com a devida resposta.

As principais queixas em 2018 foram relacionadas a resgate, cancelamento, contratação, óbito e produto.

Mecanismos de queixa





PESSOAS

GRI 103 | 401

Em 2018, a Brasilcap buscou consolidar as muitas mudanças realizadas no ano anterior, sempre com o objetivo de valorizar seus colaboradores, contribuir para seu desenvolvimento pessoal e profissional e tornar o ambiente de trabalho ainda mais estimulante.

A Política Corporativa de Gestão de Pessoas contém as diretrizes que norteiam as estratégias de relacionamento e gestão com os colaboradores. Seus direcionamentos visam construir uma cultura organizacional pautada no respeito mútuo, na cooperação genuína e no empreendedorismo. A Brasilcap entende que o aprimoramento das pessoas deve ser contínuo e evolutivo, com o incentivo ao desenvolvimento das suas carreiras desde a integração na Companhia, com foco no autodesenvolvimento, na elevação do capital intelectual e contribuição para os resultados.

A estratégia de desenvolvimento em 2018 priorizou ações voltadas ao conhecimento do negócio e ao cumprimento de exigências legais, bem como à introdução a uma cultura interna de inovação, focada no aprimoramento de capacidades dos colaboradores para a obtenção de melhores resultados.

Como forma de capacitação, a Brasilcap aplicou palestras e cursos on-line. As iniciativas de endomarketing procuraram difundir entre o público interno a integração e o sentimento

de dono de cada um, baseado na Missão, na Visão e nos Valores da Brasilcap, bem como fortalecer as competências desejadas.

De acordo com a Política Corporativa de Gestão de Pessoas, a Brasilcap segue procedimentos e critérios justos e éticos para abordar a diversidade em seu quadro de pessoas, desde que sejam respeitados os requisitos mínimos para a função. Não há distinção de raça, cor, credo religioso, opção sexual ou idade. [GRI 103 | 405](#)

MATRIZ DE COMPETÊNCIAS

Desde 2017, a Brasilcap adota a matriz de competências resumida no quadro abaixo:

ORGANIZACIONAIS

APRIMORAMENTO CONTÍNUO
ATITUDE EMPREENDEDORA
GESTÃO DE RISCO
PERFIL TRANSFORMADOR
COMPROMISSO COM NOSSOS CLIENTES
RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

LIDERANÇA

VISÃO E GESTÃO DE ESTRATÉGIA
GESTÃO DE EQUIPES



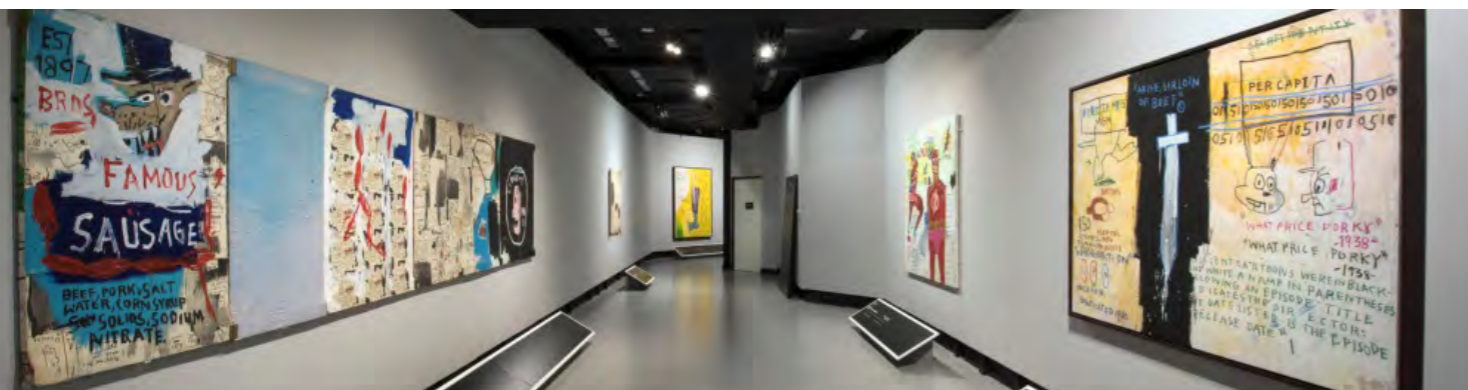


Indicadores de recursos humanos

GRI 102-8, 102-48

Ao fim de 2018, a Brasilcap mantinha 211 empregados, quatro jovens aprendizes e seis estagiários e os estatutários (um presidente e três diretores). Além disso, 431 terceirizados

(136 homens e 295 mulheres) desempenham serviços de recepção, consultoria de TI e central de atendimento. Toda a força de trabalho está concentrada na região Sudeste.



EMPREGADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO*

| Tipo de contrato | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | |
|---------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| Tempo determinado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tempo indeterminado | 97 | 113 | 210 | 107 | 111 | 218 | 104 | 107 | 211 |
| Total | 97 | 113 | 210 | 107 | 111 | 218 | 104 | 107 | 211 |

* Os números referentes a 2016 e 2017 foram revistos para ficarem de acordo com o escopo da GRI. As informações abrangem somente empregados de acordo com a legislação nacional, não incluindo estatutários, número de estagiários, trainees, aprendizes e terceiros.

EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO*

| Tipo de emprego | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | |
|------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| Jornada integral | 97 | 113 | 210 | 107 | 111 | 218 | 104 | 107 | 211 |
| Jornada parcial | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 97 | 113 | 210 | 107 | 111 | 218 | 104 | 107 | 211 |

* Os números referentes a 2016 e 2017 foram revistos para ficarem de acordo com o escopo da GRI. As informações abrangem somente empregados de acordo com a legislação nacional, não incluindo estatutários, número de estagiários, trainees, aprendizes e terceiros.

EMPREGADOS POR FAIXA ETÁRIA*

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------|------------|------------|------------|
| < 30 anos | 32 | 30 | 33 |
| De 30 a 50 anos | 146 | 143 | 136 |
| > 50 anos | 32 | 40 | 42 |
| Total | 210 | 218 | 211 |

* Os números referentes a 2016 e 2017 foram revistos para ficarem de acordo com o escopo da GRI. As informações abrangem somente empregados de acordo com a legislação nacional, não incluindo estatutários, número de estagiários, trainees, aprendizes e terceiros.

EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL*

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------|------------|------------|------------|
| Diretoria | 4 | 4 | 4 |
| Gerência | 31 | 32 | 34 |
| Administrativo | 177 | 179 | 171 |
| Operacional | 6 | 6 | 6 |
| Aprendiz | 2 | 3 | 4 |
| Total | 220 | 224 | 219 |

*Informações complementares: nesta tabela estão contemplados tanto os estatutários quanto os jovens aprendizes.

INDIVÍDUOS DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Conselho de Administração | 12 | 9 | 10 |
| Conselho Fiscal | 8 | 8 | 8 |
| Comitê de Auditoria | 3 | 3 | 3 |
| Comitê Financeiro | 9 | 10 | 10 |
| Total | 32 | 30 | 31 |



Turnover e novas contratações GRI 401-1

EMPREGADOS CONTRATADOS, POR FAIXA ETÁRIA

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|-----------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|--------------|
| | Nº | Taxa | Nº | Taxa | Nº | Taxa |
| < 30 anos | 7 | 21,88% | 21 | 63,64% | 8 | 24,24% |
| De 30 a 50 anos | 21 | 14,38% | 18 | 12,24% | 8 | 5,80% |
| > 50 anos | 5 | 13,89% | 2 | 4,55% | 3 | 6,25% |
| Total | 33 | 15,42% | 41 | 18,30% | 19 | 8,68% |

EMPREGADOS CONTRATADOS, POR GÊNERO

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|--------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|--------------|
| | Nº | Taxa | Nº | Taxa | Nº | Taxa |
| Homens | 14 | 13,21% | 28 | 25,00% | 11 | 9,91% |
| Mulheres | 19 | 16,67% | 13 | 11,61% | 8 | 7,41% |
| Total | 33 | 15,00% | 41 | 18,30% | 19 | 8,68% |

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR FAIXA ETÁRIA

| | 2016* | | 2017 | | 2018 | |
|-----------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|--------------|
| | Nº | Taxa | Nº | Taxa | Nº | Taxa |
| < 30 anos | 9 | 25,00% | 9 | 45,45% | 4 | 18,18% |
| De 30 a 50 anos | 20 | 14,04% | 22 | 13,61% | 15 | 8,33% |
| > 50 anos | 4 | 11,11% | 1 | 3,41% | 3 | 6,25% |
| Total | 33 | 15,19% | 32 | 16,29% | 22 | 9,36% |

* Resultados de soma e taxa totais referentes a 2016 foram revistos e corrigidos.

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR GÊNERO

| | 2016* | | 2017 | | 2018 | |
|--------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|--------------|
| | Nº | Taxa | Nº | Taxa | Nº | Taxa |
| Homens | 15 | 13,21% | 20 | 21,43% | 14 | 11,26% |
| Mulheres | 18 | 16,23% | 12 | 11,16% | 8 | 7,41% |
| Total | 33 | 14,77% | 32 | 16,29% | 22 | 9,36% |

* Resultados de soma e taxa totais referentes a 2016 foram revistos e corrigidos.

Diversidade do público interno GRI 405-1

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%)

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres |
| Diretoria | 100,00 | 0,00 | 100,00 | 0,00 | 100,00 | 0,00 |
| Gerência | 51,61 | 48,39 | 53,13 | 46,88 | 52,94 | 47,06 |
| Administrativo | 46,33 | 53,67 | 48,04 | 51,96 | 48,54 | 51,46 |
| Operacional | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| Aprendizes | 50,00 | 50,00 | 66,67 | 33,33 | 75,00 | 25,00 |
| Total | 48,40 | 51,60 | 50,22 | 49,78 | 50,68 | 49,32 |

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA (%)

| | 2016* | | | 2017 | | | 2018 | | |
|----------------|-----------|--------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | < 30 anos | 30 a 50 anos | > 50 anos | < 30 anos | 30 a 50 anos | > 50 anos | < 30 anos | 30 a 50 anos | > 50 anos |
| Diretoria | ND | ND | ND | 0,00 | 100 | 0 | 0,00 | 75,00 | 25,00 |
| Gerência | ND | ND | ND | 0,00 | 65,63 | 34,38 | 0,00 | 58,82 | 41,18 |
| Administrativo | ND | ND | ND | 14,53 | 70,95 | 14,53 | 16,96 | 67,25 | 15,79 |
| Operacional | ND | ND | ND | 0,00 | 16,67 | 83,33 | 0,00 | 16,67 | 83,33 |
| Aprendizes | ND | ND | ND | 100,00 | 0,00 | 0,00 | 100,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total | ND | ND | ND | 12,95 | 68,30 | 18,75 | 15,07 | 63,47 | 21,46 |

* As informações apresentadas foram revistas. Os dados de 2016 não estão disponíveis na mesma métrica utilizada para 2017 e 2018.

A Brasilcap
encerrou 2018 com
211 empregados próprios
e 431 terceirizados





EMPREGADOS NEGROS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%)

| | 2016* | | | 2017** | | | 2018 | | |
|----------------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| Diretoria | ND | ND | ND | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Gerência | ND | ND | ND | 0,00 | 6,25 | 6,25 | 0,00 | 6,25 | 2,94 |
| Administrativo | ND | ND | ND | 9,50 | 12,29 | 21,79 | 4,82 | 4,55 | 4,68 |
| Operacional | ND | ND | ND | 16,67 | 33,33 | 50,00 | 0,00 | 66,67 | 33,33 |
| Aprendizes | ND | ND | ND | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total | ND | ND | ND | 8,22 | 11,87 | 20,09 | 3,60 | 6,48 | 5,02 |

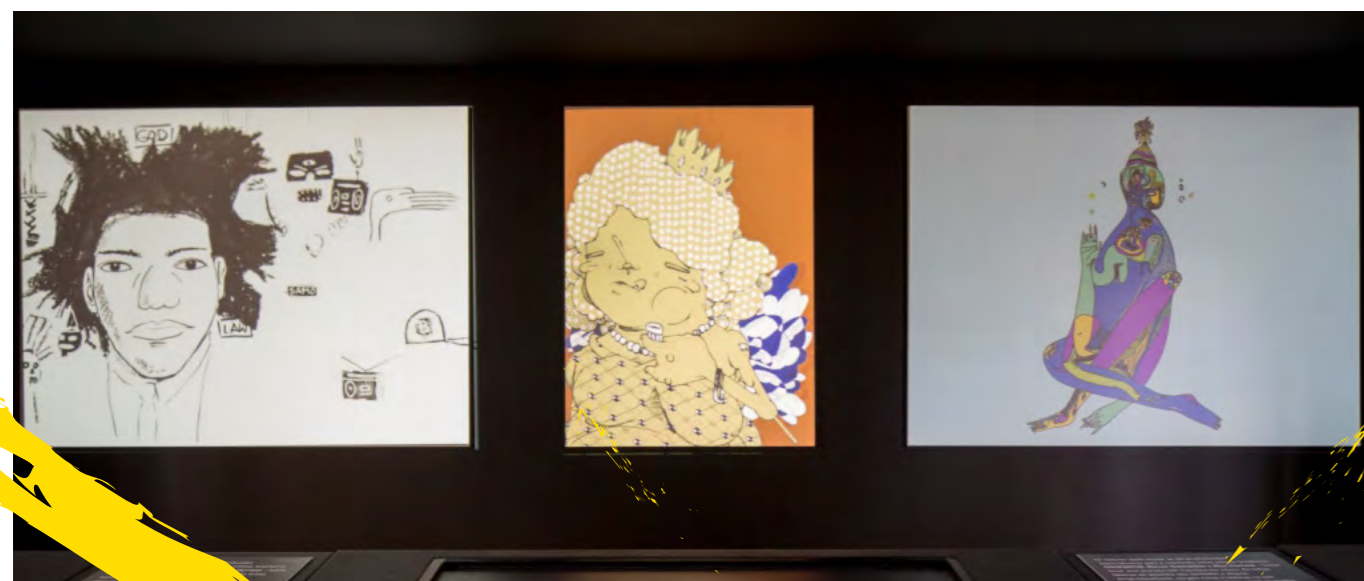
* As informações apresentadas foram revistas. Os dados de 2016 não estão disponíveis na mesma métrica utilizada para 2017 e 2018.

** Os percentuais de negros referentes a 2017 foram revistos, a partir da autodeclaração dos empregados.

EMPREGADOS PCDS*, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%)

| | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | |
|----------------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| Diretoria | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gerência | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Administrativo | 3,66 | 2,11 | 2,82 | 2,33 | 2,15 | 2,23 | 3,61 | 2,27 | 2,92 |
| Operacional | 66,67 | 0 | 33,33 | 66,67 | 0 | 33,33 | 66,67 | 0 | 33,33 |
| Aprendizes | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 4,72 | 1,75 | 3,18 | 3,57 | 1,79 | 2,68 | 4,5 | 1,85 | 3,2 |

* Pessoas com deficiência



Iniciativas de gestão de pessoas

ATIVAMENTE GRI 103 | 404

Criado ao final de 2017, o programa de educação corporativa da Brasilcap – o Ativamente – é fundamentado em experiências que consideram os diversos perfis de aprendizagem da organização e que lançam mão de recursos inovadores como a realidade aumentada e técnicas de *storytelling*. A adesão em 2018 à plataforma foi intensa, com grande parte do público interno participando das capacitações e treinamentos on-line customizados.



BRASILCAP

AtivaMente

Educação Corporativa

Entre as trilhas educativas criadas em 2018, o destaque foi o Formacap, destinado a aumentar o conhecimento dos empregados a respeito dos negócios da Companhia e do funcionamento da capitalização como um todo. As atividades da trilha são apresentadas em formato de um *game* que reproduz a mecânica da aquisição dos títulos de capitalização, a acumulação de reservas e os sorteios. Dos empregados elegíveis para participar do Formacap, 97% participaram da trilha. Já na trilha de Integridade e *Compliance*, 100% dos colaboradores foram treinados, garantindo a conformidade legal.

Também foi criada uma trilha específica sobre responsabilidade socioambiental, focada na melhoria da Brasilcap no desempenho dos indicadores Ethos. A programação do *pipeline* do desenvolvimento de lideranças, baseada na capacitação Líder do Futuro, foi cumprida, formando os colaboradores elegíveis nos principais fundamentos de gestão.

MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO DE EMPREGADOS POR GÊNERO GRI 404-1

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------|-------|-------|-------|
| Homens | 56,76 | 10,21 | 14,89 |
| Mulheres | 53,48 | 9,44 | 15,04 |
| Total | 55,08 | 9,83 | 14,96 |

MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL* GRI 404-1

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------|-------|-------|-------|
| Diretoria | ND | 2,00 | 6,75 |
| Gerência | 55,37 | 11,93 | 30,64 |
| Administrativo | 51,27 | 9,60 | 12,64 |
| Operacional | 40,25 | - | 2,83 |
| Aprendizes | 4,67 | 3,98 | 7,50 |
| Total | 55,08 | 9,83 | 14,96 |

*As horas de treinamento contemplam treinamentos on-line e presenciais. Em 2018, foi potencializado o uso da plataforma interna de treinamentos Ativamente.



Avaliação de desempenho

Em 2018, 94,06% dos empregados e aprendizes participaram do ciclo de avaliação de desempenho. Treze empregados não participaram pelos seguintes motivos: afastamento pelo INSS, licença-maternidade e recém-admitidos. GRI 404-3

O programa de avaliação de desempenho é composto por um ciclo anual de metas e competências, este último com modelo 360° para empregados (autoavaliação, gestor imediatos, pares e subordinados para cargos de liderança) e 180° (autoavaliação e gestor imediato) para aprendizes e cargos de piso.

Em 2018, a importância do *feedback* dado aos empregados a respeito de suas avaliações foi ampliada, com a implementação da etapa em dois momentos formais:

PESQUISA DE ENGAJAMENTO

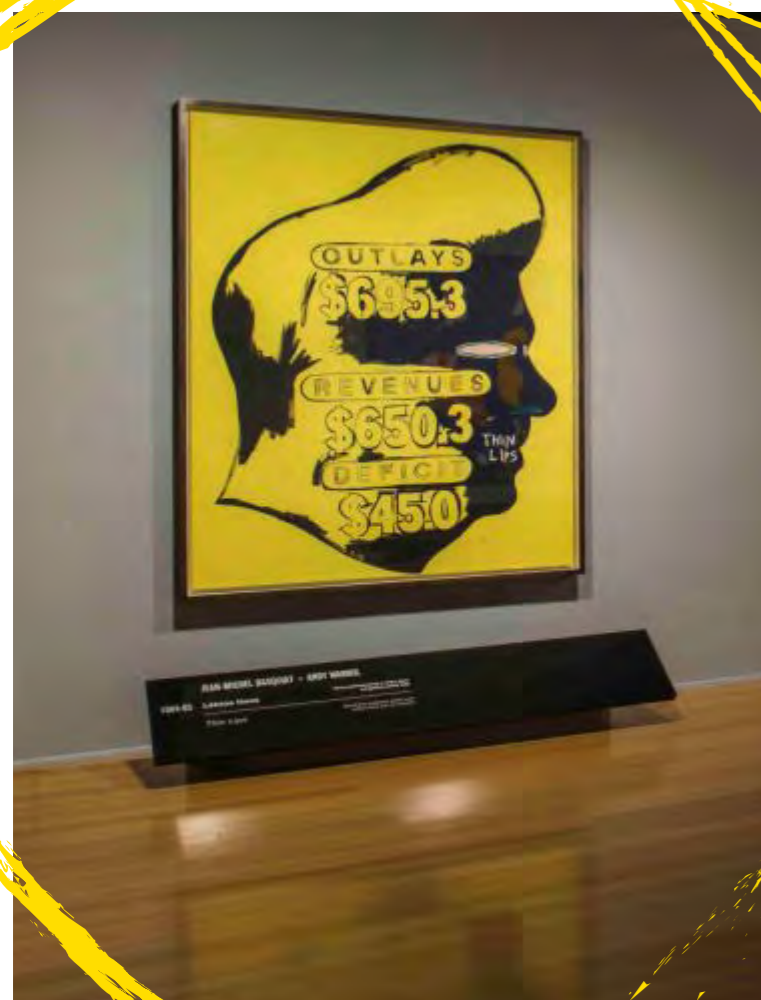
A pesquisa anual de engajamento, que busca medir o clima organizacional e entender as demandas do público interno, teve uma adesão de cerca de 90% do total dos colaboradores e um significativo índice de favorabilidade*. Aplicada de acordo com o método *pulse*, a pesquisa é realizada em dois momentos distintos no ano, com aplicação de uma pesquisa mais concisa, com temas de maior relevância para a Brasilcap, possibilitando uma atuação mais tempestiva sobre as ações sugeridas por cada levantamento.

Nove temas distintos foram tratados pela pesquisa em 2018, destacando-se positivamente a favorabilidade nas categorias "Comunicação" e "Engajamento Sustentável". Os resultados são apresentados aos líderes com compromisso de análise para implementação de ações para manutenção e/ou melhoria do ambiente organizacional, sendo prioridade para 2019 o aumento do índice de favorabilidade da categoria "Cooperação e trabalho em equipe".

Um dos objetivos da gestão de pessoas para 2019 é a adoção do sistema Employee Net Promoter Score (eNPS) para captar e entender melhor a percepção dos funcionários a respeito do ambiente organizacional. A ferramenta, já difundida entre empresas de diversos setores, busca mensurar o grau de lealdade que determinado público tem em relação a uma organização.

*Índice de favorabilidade é o percentual que mede o quão favorável é a percepção dos colaboradores sobre as categorias da pesquisa.

A pesquisa de engajamento 2018 teve um alto índice de favorabilidade



PESQUISA SALARIAL GRI 103 | 202, 103I 402

A Brasilcap adota como filosofia o conceito de remuneração total, no qual são considerados o salário fixo e o pacote de benefícios, bem como a remuneração variável. Em 2018, a Empresa participou da pesquisa salarial do mercado segurador, o que permite acompanhamento das práticas salariais do segmento para ações pertinentes à gestão das pessoas. O retorno da participação periódica da pesquisa salarial é uma das ações resultantes da revisão do Programa de Remuneração, concluída em 2017. Ainda como ação resultante desta revisão, adotou-se uma nova nomenclatura de cargos, cuja definição foi em parceria com os gestores das áreas.

O Programa de Remuneração cuida do alinhamento dos cargos e das funções organizacionais com as necessidades dos negócios e desenvolve estratégias de remuneração compatíveis com o estágio evolutivo da Empresa e com o mercado. Isso inclui o acordo de participação nos lucros (PLR) com o sindicato, que permitiu uma recompensa variável anual com valor superior àquele estabelecido na Convenção Coletiva de Trabalho da categoria.

O salário mínimo adotado para empregados corresponde ao valor definido no Acordo Coletivo do Sindicato, que é superior ao salário mínimo nacional. GRI 202-1

VARIAÇÃO ENTRE O SALÁRIO MAIS BAIXO E O SALÁRIO MÍNIMO, POR GÊNERO* GRI 202-1

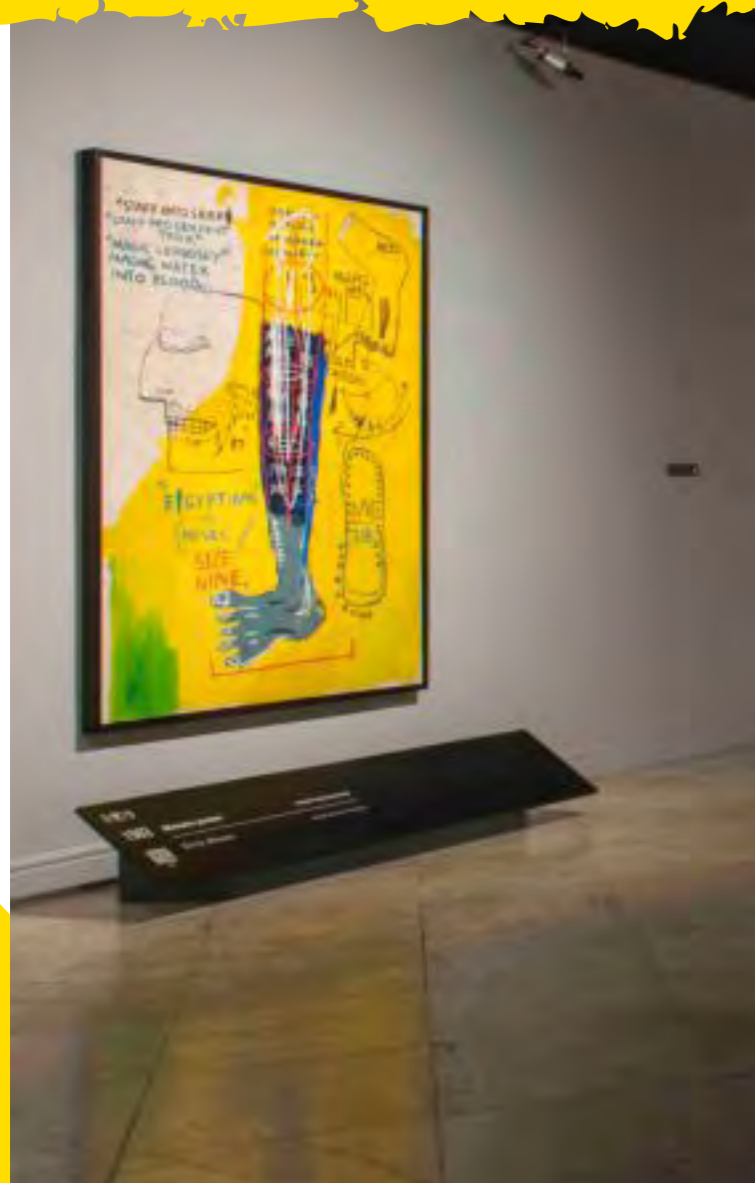
| Brasilcap | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres |
| Menor salário pago pela organização | R\$ 1.164,00 | R\$ 1.325,00 | R\$ 1.367,00 | R\$ 1.414,00 | R\$ 1.403,00 | R\$ 1.451,00 |
| Salário mínimo determinado por legislação ou sindicato | R\$ 1.052,34 | R\$ 1.052,34 | R\$ 1.132,15 | R\$ 1.132,15 | R\$ 1.161,59 | R\$ 1.161,59 |
| Relação percentual | 110,6% | 125,9% | 120,7% | 124,9% | 120,8% | 124,9% |

* Para conformidade com escopo do GRI a partir de 2018, os números referentes a 2017 foram revistos.

RAZÃO MATEMÁTICA ENTRE O SALÁRIO E REMUNERAÇÃO BASE PARA MULHERES E HOMENS EM CADA CATEGORIA FUNCIONAL* GRI 405-2

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------|------|------|------|
| Diretoria | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Gerência | 0,80 | 0,78 | 1,53 |
| Administrativo | 0,80 | 0,86 | 0,84 |
| Operacional | 1,03 | 1,18 | 1,00 |

*O cálculo da razão matemática é feito pela média da remuneração base das mulheres dividida pela média da remuneração base dos homens, por categoria funcional. Para conformidade com escopo do GRI a partir de 2018, os números referentes a 2017 foram revistos.



COMUNICAÇÃO INTERNA

A campanha de comunicação #AcreditaQueVai, que também subsidiou algumas ações do endomarketing 2018, foi baseada em três pilares (disciplina, planejamento e confiança no futuro) e em atributos como persistência, determinação e otimismo, apresentados como essenciais para a superação de desafios e o atingimento de resultados positivos.

Outro destaque das iniciativas de comunicação interna foi a "Campanha dos Marcos", que, de forma lúdica, convocou colaboradores com o nome Marco (ou Marcos) para estrelarem peças de comunicação que celebravam o atingimento de metas ("marcos") importantes para o desempenho da Brasilcap. A campanha foi bem recebida, com alto índice de leitura e engajamento na intranet.

SAÚDE OCUPACIONAL E SEGURANÇA DO TRABALHO GRI 103 | 403

A Política Corporativa de Gestão de Pessoas inclui a premissa de privilegiar o bem-estar dos colaboradores, garantindo uma boa condição de trabalho, em ambiente seguro, saudável e permitindo, sempre que possível, um equilíbrio entre trabalho e família. A Brasilcap entende a importância da adoção de hábitos de vida saudáveis, privilegiando as dimensões humanas: saúde física e mental, ambiente de trabalho e integração social e familiar. A Companhia conta com uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), que atua como comitê formal de saúde e segurança, no qual 4% de seus empregados são representantes formais. GRI 403-1

GESTÃO DE FORNECEDORES E TERCEIROS GRI 102-9, 103 | 408, 103 | 409, 103 | 414

A gestão dos terceiros de empresas de prestação de serviços é realizada pelos fornecedores contratados. No caso de eventual contratação de pessoa física, em cláusula contratual são especificadas conduta, obrigações e controle de frequência aderentes aos regulamentos internos da Brasilcap. Todos os contratos com fornecedores possuem cláusulas que remetem à regularidade tributária, previdenciária e trabalhista.

Para garantir que os fornecedores estejam em conformidade com os padrões institucionais e legais da Companhia, em cada contratação um colaborador nomeado da Empresa atua como responsável pelo acompanhamento das atividades contratadas. Os contratos possuem cláusulas específicas sobre licenças e autorizações necessárias referentes ao serviço contratado; respeito às normas internas da Brasilcap; disponibilização de profissional capacitado; e sobre a proibição ao fornecedor de se dizer representante ou procurador da Brasilcap sem anuência prévia e por escrito.

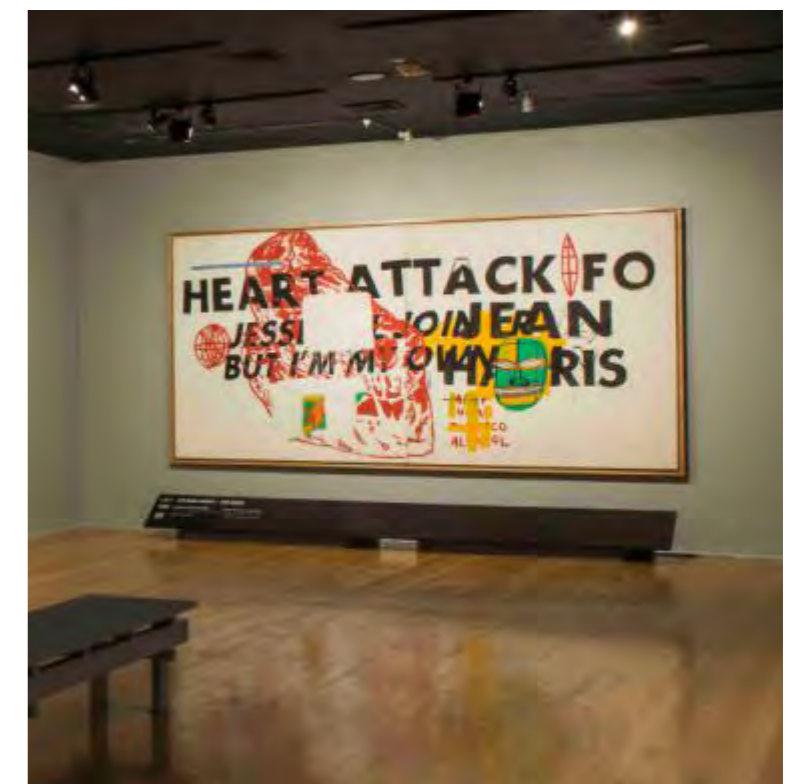
A Norma de Aquisição de Bens, Contratação de Serviços e Celebração de Contratos determina que os processos de compras e/ou contratações devem ser realizados em conformidade com os princípios e condutas previstos no Código de Ética, na Política Anticorrupção e nas questões ambientais, sociais e de governança (ASG) que regem a gestão da Brasilcap, além das exigências legais e de órgãos reguladores.

As cartas-convite para contratações de serviço com celebração de contrato e as minutas contratuais mencionam os temas do trabalho infantil e trabalho forçado ou análogo ao escravo. É proibido aos fornecedores empregar menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, ou empregar menores de 16 anos em qualquer função, salvo na condição de aprendizes a partir dos 14 anos. Sobre o trabalho forçado, as contratadas devem obedecer às normas trabalhistas e convenções e acordos trabalhistas e sindicais referentes às categorias de seus empregados e assegurar aos seus empregados e colaboradores as condições de trabalho mínimas admitidas por lei. Em 2018, não foi identificado risco de ocorrência de qualquer dessas condições nos

fornecedores e nas operações da Brasilcap como um todo. A Companhia inseriu na sua metodologia a pesquisa aos fornecedores na "lista suja" disponível no *site* do Ministério do Trabalho (Cadastro de Empregadores que tenham submetido trabalhadores a condições análogas às de escravo). A Brasilcap é signatária voluntária do PSI (Princípios para Sustentabilidade em Seguros) que incentiva seus fornecedores a incluírem em suas estratégias as questões ambientais, sociais e de governança. Também recebeu o título de Empresa Cidadã conferido pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro por selecionar os seus fornecedores considerando a não utilização de trabalho infantil ou de trabalho forçado. GRI 408-1, 409-1

Houve uma redução nas contratações de novos fornecedores e maior utilização de fornecedores já cadastrados. Ainda assim, a contratação de novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais foi um pouco maior. Em 2017, 1,16% foi a porcentagem de novos fornecedores cadastrados com base em critérios sociais, e em 2018 foi de 2%. Não se identificou nenhum fornecedor como tendo impactos sociais negativos significativos, reais e potenciais. GRI 414-1, 414-2

Os fornecedores da Brasilcap se comprometem a cumprir o Código de Ética da Companhia





Compromissos assumidos 2018/2019*

No quadro a seguir, vemos os compromissos assumidos por cada área da Brasilcap para o ano de 2018, o progresso na implementação das ações relacionadas e os compromissos já definidos para 2019.

| Área | Compromissos assumidos em 2018 | Status ao fim de 2018 | Compromissos 2019 |
|--------------------------------|---|--|--|
| Compras | Realizar estudos em conjunto para aprimorar os resultados nas questões ASG nas contratações de serviços | Concluído | Prevista a Revisão das Normas e Procedimentos de Compras no ano de 2019. |
| | Maximizar o resultado operacional financeiro, através de <i>savings</i> | <i>Savings</i> em 2018: R\$ 2.058.347,59 | Maximizar o resultado operacional financeiro, por meio de <i>savings</i> em contratos |
| Controladoria | Elaboração do Planejamento Estratégico 2018-2020 | Apresentação das Diretrizes, Direcionadores Estratégicos, além dos projetos do ciclo 2018-2020 | Revisão do Planejamento Estratégico do Ciclo 2019-2020 |
| Controles internos | Implantar o Programa de Integridade da Brasilcap | Em andamento | Implantar o Programa de Integridade da Brasilcap |
| Estratégia de Marketing | Apurar o resultado esperado, maior que 1, para relação de clientes promotores por clientes detratores | Resultado apurado: promotor / detrator = 1,55 | Apurar o resultado da pesquisa de satisfação usando a métrica NPS (Net Promoter Score) para clientes Ourocap e outros canais/produtos. Meta: NPS acima de 19 |
| Facilities | Manter a sensibilização com o fornecedor sobre monitoramento de emissões | Realizado através de recebimento de relatórios do fornecedor | Manter a sensibilização com os fornecedores (companhias aéreas e mobilidade urbana) |
| | Estudo para a racionalização das despesas de viagens | Concluído | |
| Financeira | - | Implementação da assinatura eletrônica | Elaborar o processo de aprovação de pagamento, sem circulação de papel |

| Área | Compromissos assumidos em 2018 | Status ao fim de 2018 | Compromissos 2019 |
|---------------------------|---|---|--|
| Gestão de Pessoas | Realizar endomarketing focado na integração e sentimento de dono | Todas as ações programadas foram concluídas | Realizar endomarketing direcionado aos objetivos estratégicos da Companhia |
| | 75% de colaboradores atingidos pelas ações de educação corporativa para inovação | 99% de atingimento (sem afastados pelo INSS e/ou recém-admitidos) | |
| | Atingir 60% de favorabilidade na categoria cooperação da pesquisa de engajamento | 66% de favorabilidade na categoria | |
| | Atestar conhecimento de 80% de colaboradores elegíveis na trilha de conhecimento do negócio | 97% de atingimento (sem afastados pelo INSS e/ou recém-admitidos) | 80% de colaboradores elegíveis na trilha de conhecimento do negócio |
| Investimentos | Superar a rentabilidade proposta no orçamento da Brasilcap | Rentabilidade de 9,05% (141% do CDI), superior à meta de 8,00% | Superar a rentabilidade proposta no orçamento da Brasilcap |
| Jurídico | Redução do total de causas cíveis, judiciais e administrativas | Redução de 308 processos ativos para 276. Economia de R\$ 1.785.940,48 com acordos em 21 processos encerrados | Implementar o modelo de gestão centralizada de contratos e assinatura digital e eletrônica |
| Negócios Corporate | | | Desenvolver parcerias nos moldes do Parcela Premiável. Incrementar negócios com o Promocap |
| Negócios Varejo | Implementar o <i>e-learning</i> Cap Fidor | Em andamento | Implantar em 2019 |
| | Criar <i>e-learning</i> Ourocap | Em andamento | Finalizar em 2019 |



| Área | Compromissos assumidos em 2018 | Status ao fim de 2018 | Compromissos 2019 |
|-------------------------------------|---|---|--|
| Ouvidoria | Manter a postura proativa e a atuação em <i>compliance</i> com procedimentos da área, e realizar entregas da Agenda de Melhorias 2018 | Entregas realizadas nas Agenda de Melhorias; melhorias nos processos de pagamento, óbito e <i>compliance</i> | Continuar com foco em <i>compliance</i> com processos da área, e ser interveniente na implantação de novos negócios, com foco no cliente |
| Pós-venda | Aperfeiçoamento dos procedimentos operacionais de forma a ganhar agilidade | Melhoria dos processos, com as entregas das agendas de melhorias: 1: Gestão de pagamento; 2: Implantação em âmbito nacional da plataforma para inserção de documento digitalizado do processo de óbito | Continuar aperfeiçoamento dos processos operacionais |
| Produtos | Avaliação mercadológica para adequar o portfólio de produtos atual ao novo cenário macroeconômico e ao novo Marco Regulatório | Realizada a avaliação do portfólio. Início da adequação ao Marco Regulatório em set/2018 com prazo de conclusão em abr/2019. Adequação de todos os produtos com lançamentos do OuroCap Varejo, Ourocap Negócios, Cap Fiador, PostalCap, Parcela Premiável | Adequação do portfólio de produtos ao novo marco regulatório. Revisão de comercialização de portfólio Ourocap PF e PJ |
| Relacionamento com Clientes | Meta 2018 na satisfação do cliente com o SAC: 80% | 91,57% | 87% |
| Responsabilidade Social Corporativa | Internalizar as questões ASG na cultura da Companhia como um todo, criando inclusive trilha de aprendizagem sobre o tema, obrigatória para todos os colaboradores | | Disponibilizar a nova estratégia de sustentabilidade |
| | Evoluir nas questões AS e no cumprimento dos ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis) | | Implantar nova rotina de atendimento aos produtos da modalidade Filantropia |
| | Criar um programa de educação financeira | Concluído | Dar continuidade ao programa Educap |

| Área | Compromissos assumidos em 2018 | Status ao fim de 2018 | Compromissos 2019 |
|------------------------------|--|---|---|
| Riscos | | Processo iniciado em 2018, com a revisão da estrutura de Controles Internos e continuidade em 2019, com a revisão do processos e normas de autoavaliação de riscos corporativos | Revisão da norma de Gestão de Riscos Corporativos e Operacionais, para refletir a integração dos processos das áreas de Riscos Corporativos e de Controles Internos |
| | Reavaliação da Matriz de Riscos Corporativos | Atualização realizada e apresentada à Diretoria Executiva em 21/11/2018 | Integração da Matriz de Riscos Corporativos com a Matriz de Riscos Operacionais e Controles Internos |
| | Revisão da Declaração de Apetite a Riscos | Revisão realizada e aprovada pelo CA em 21/01/2019 | |
| RSC/ Inteligência do Cliente | Envidar esforços para elevar a porcentagem de retenção | O esforço superou a meta estabelecida no ano, em 10 pontos percentuais. | Otimizar a conversão de vendas nos canais de relacionamento. |
| Societário | Revisar e atualizar procedimentos e fluxos do Societário | Concluído | Realização de trabalho relativo à Preservação de Acervo Societário de forma digital. |

* Algumas áreas definiram compromissos adicionais para 2019. Controladoria: revisão dos Direcionadores e das Diretrizes da Companhia com novas iniciativas Estratégicas, Operacionais e Legais para 2019-2020. Negócios Varejo: ampliar atuação com o Cap Fiador no mercado de corporativo. Riscos: início de projeto para aperfeiçoamento dos processos de captura de dados e cálculo da solvência da Companhia, com conclusão prevista para 2020. Societário: continuidade do trabalho de aperfeiçoamento dos processos da área.



Com o acompanhamento dos compromissos firmados pelas áreas, a Brasilcap mensura a melhoria de sua gestão



RESPONSABILIDADE SOCIAL

A busca pela ressignificação dos produtos e serviços da Brasilcap inclui a redefinição da relevância da atuação da Companhia no plano social, ambiental e de governança. Assim como a capitalização ajuda a transformar vidas, as iniciativas de responsabilidade socioambiental da Brasilcap oferecem oportunidades de construir um futuro melhor por meio de projetos de caráter educativo e cultural, ações de proteção ambiental e de governança corporativa que contribuem de forma efetiva para a sustentabilidade do negócio. Desde de 2018, essas iniciativas passaram a ser ainda mais conectadas com a Missão, a Visão e a Estratégia de negócios da Brasilcap, em uma maior interação com a força de vendas e com a prospecção de parceiros.

Todas as ações seguem rigorosamente as diretrizes estabelecidas pela Companhia em documentos normativos, como, por exemplo, a Política de Responsabilidade Socioambiental, que define diretrizes de ação em temas sociais e ambientais – referenciadas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), nos indicadores do Instituto Ethos e nas práticas ambientais, sociais e de governança (ASG) recomendadas pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg). Além disso, a Brasilcap é a única Empresa de Capitalização a aderir aos Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI) – uma relação de recomendações elaboradas pela Iniciativa Financeira da Organização das Nações Unidas (Unep-FI) e endereçadas ao mercado de seguros para o tratamento de riscos e oportunidades na gestão da sustentabilidade corporativa. GRI 102-12, 102-13

Para garantir a efetividade e a evolução de indicadores socioambientais, a Companhia utiliza a ferramenta Indicadores Ethos, por entender ser o melhor sistema que se adequa à sua cultura organizacional, com eficácia no monitoramento e implantação de novos indicadores.

Adicionalmente, a Política de Responsabilidade Socioambiental tem como premissa o respeito e a proteção às leis, bem como o apoio e o incentivo a políticas públicas. A Brasilcap apoia e promove essas políticas por meio de publicações nas redes sociais e realizando ações que envolvem o corpo funcional – como, por exemplo, a Campanha do Outubro Rosa, entre outras. As iniciativas voltadas à educação financeira da população também estão incluídas nesse contexto. GRI 103 | 415.

Vislumbrando a evolução das questões ASG, um novo planejamento estratégico está previsto para 2019, de forma que a sustentabilidade possa agregar significativamente à estratégia. Em 2018, o compromisso prioritário da Companhia em sustentabilidade era a implementação de um programa de educação financeira alinhado à visão da capitalização como um instrumento de obtenção de reservas monetárias para os clientes. Esse objetivo foi atingido com o lançamento do Programa de Educação Financeira da Brasilcap, o Educap. O apoio à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD) foi mantido, através do processo de resgate do produto Parcela Premiável, com uma arrecadação recorde de recursos destinados à entidade. Além disso, a Empresa se manteve destacada no campo do patrocínio cultural, ao contribuir para a viabilização da exposição *Jean-Michel Basquiat*, grande atração do Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) no ano.

As ações de responsabilidade social passaram a estar ainda mais conectadas com a estratégia



Educap GRI FS16

Lançado em 2018, o Educap, Programa de Educação Financeira da Brasilcap, realiza capacitações e apoia projetos sociais que promovam a educação financeira no país. O programa pretende cumprir cinco objetivos alinhados ao negócio da Companhia:

- Tangibilizar a responsabilidade da Brasilcap com o desenvolvimento sustentável, estimulando a discussão sobre a educação financeira;
- Avançar nos indicadores sociais da Companhia;
- Fortalecer o papel de empresa socialmente responsável;
- Contribuir com a saúde financeira da sociedade, para uma vida mais tranquila e feliz;
- Atender à materialidade da Brasilcap e do mercado segurador.

A tangibilização dos objetivos do Educap teve início na Semana da Estratégia Nacional de Educação Financeira (Enef), com a inauguração da sala inteligente no campus da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), onde foram realizadas as capacitações desenvolvidas pelo projeto Suporte Online de Móvel à Aprendizagem (Soma). Somente naquela semana, o Educap promoveu a capacitação de 72 professores da rede pública de ensino em uma introdução à educação financeira. Esses docentes vão agir como disseminadores dos conhecimentos recebidos junto a seus alunos dos ensinos Fundamental e Médio.

A Brasilcap participa anualmente da Semana Enef, iniciativa do Comitê Nacional de Educação Financeira (Conef), que une diversas empresas e entidades na promoção de conhecimentos e informações a respeito de planejamento financeiro familiar, controle de orçamento, poupança e outros temas.

O Educap, em parceria com o Instituto da Criança, apoiou o Projeto Soma, que empregou tecnologias inovadoras para multiplicar conhecimentos a respeito de planejamento financeiro. Durante o ano de 2018, foram investidos R\$ 121 mil no programa e foram capacitadas gratuitamente 1.188 pessoas, entre docentes e discentes, com equipamentos audiovisuais disponibilizados pela Associação Nacional de Inovação Tecnológica (Anitec). O número de pessoas efetivamente capacitadas superou em 52% a meta inicialmente prevista (780).



Exposição *Jean-Michel Basquiat (CCBB)*

Principal mostra de artes plásticas em cartaz no Centro Cultural Banco do Brasil durante 2018, a exposição *Jean-Michel Basquiat* trouxe ao país uma grande retrospectiva do pintor nova-iorquino (1960-1988), considerado um dos mais criativos nomes do panorama artístico norte-americano na segunda metade do século 20. Fruto de uma negociação de mais de dois anos entre o CCBB e colecionadores internacionais, a mostra contou com mais de 80 peças, entre quadros, desenhos, gravuras e pratos pintados, e foi viabilizada com o patrocínio da BB Seguridade, do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre e do Ourocap. *Jean-Michel Basquiat* esteve em cartaz, com entrada franca, nas unidades do CCBB em São Paulo, Brasília, Belo Horizonte e Rio de Janeiro, onde encerrou sua passagem pelo Brasil em janeiro de 2019.

Basquiat, nascido em Nova York, era descendente de haitianos e porto-riquenhos. Após infância e adolescência atribuladas, começou a destacar-se no cenário dos grafiteiros de Nova York no fim da década de 1970. Desenvolvendo um estilo de pintura classificado como neoexpressionista – misturando colagens, textos aleatórios e rabiscos aparentemente infantis a seus traços –, logo foi notado pela comunidade artística da cidade. Colaborou e foi amigo de nomes como Andy Warhol e Keith Haring, e seu ateliê tornou-se ponto de encontro de colecionadores e curadores renomados. Após sua morte prematura, aos 27 anos, suas obras passaram a ser expostas em todo o mundo. Em 2010, uma tela sua, *Sem título* (1982), foi vendida por mais de US\$ 110 milhões num leilão – a mais cara obra de arte norte-americana já vendida.





Joana França

OUTROS PATROCÍNIOS CULTURAIS

Por meio da BB Seguros, a Brasilcap também patrocinou em 2018 dois espetáculos teatrais. A comédia *Mercado Amoroso*, de Megg Santos e Felipe Petrucelli, estreou no Rio de Janeiro e prosseguiu em excursão pelas cidades de Brasília (DF), Recife (PE), São Paulo (SP) e Porto Alegre (RS), com um elenco encabeçado por Leticia Birkheuer. Já o musical *Ícaro and the Black Stars* narra um pouco da história da música negra brasileira e universal, resgatando canções de Tim Maia, Michael Jackson e Wilson Simonal, entre outros. A peça estreou no Rio de Janeiro em junho e segue em cartaz em 2019.

Em exposições de arte, *Ex África* foi o outro destaque de 2018. Contando com mais de 90 obras de artistas contemporâneos, a mostra buscou revelar a história e o momento atual do continente africano, por meio de esculturas, fotografias, instalações, performances, pinturas e vídeos. Considerada a maior exposição de arte contemporânea africana a passar pelo Brasil, *Ex África* esteve em cartaz nos CCBs do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília e atraiu cerca de 520 mil espectadores nas três cidades.

Apoio recorde à AACD

Desde 2014, a Brasilcap mantém uma parceria com a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD) fundamentada em recursos arrecadados com o produto Parcela Premiável. Em 2018, a destinação de recursos ultrapassou os R\$ 5,5 milhões.

A Brasilcap participou de uma entrega simbólica da doação à AACD, realizada em novembro de 2018, no palco do programa Teleton, exibido pela rede SBT de Televisão e que arrecada contribuições para a Associação. Assim como o “checão” entregue pela Companhia, a audiência do Teleton 2018 também foi recorde, representando uma importante oportunidade de exposição para a marca da Empresa de capitalização da BB Seguros.

Prêmio Brasilcap Solidário

Em sua sétima edição, o Prêmio Brasilcap Solidário, que visa reconhecer projetos e ações socioambientais de destaque, buscou promover iniciativas realizadas por voluntários do Banco do Brasil. O grande vencedor foi o projeto Sementes do Amanhã, criado pela Associação de Amigos do Petrape (que presta assistência a crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social na cidade de Petrolina, em Pernambuco). A escolha da iniciativa foi pelo voto direto, por meio do Portal de Voluntariado do BB e da intranet da Brasilcap.

Duas solenidades prestaram reconhecimento ao projeto. Na agência do Banco do Brasil em Petrolina, um evento homenageou o funcionário responsável pela condução do Sementes do Amanhã no Portal de Voluntariado. A segunda etapa do evento de premiação foi realizada na sede do projeto vencedor, a Petrape. O presidente da instituição recebeu em mãos o certificado e o prêmio conquistado pelo projeto vencedor no valor de R\$ 10 mil.



Entrega do Prêmio Brasilcap Solidário. Da esquerda para direita: o gerente Nelson Figueira da Silva Junior; o Superintendente Regional Eliézio Vasconcelos; Herbert Andrade (funcionário BB responsável pela condução do Sementes do Amanhã no Portal de Voluntariado); Sônia Dias, representando a Brasilcap; e Luciana Veloso, da Diretoria de Pessoas do BB (Dipes).

OUTRAS INICIATIVAS SOCIAIS

Em 2018, mais de 30 projetos foram apoiados por meio dos três tipos de incentivos sociais da Companhia: Incentivo Social de Produtos (ISPR), Incentivo Social Privado (ISP) e Incentivo Social Fiscal (ISF), beneficiando mais de 200 mil pessoas.

A Campanha de Natal do Programa Brasilcap Solidário mais uma vez fez a diferença. Graças ao engajamento e ao espírito solidário de todos da Companhia, 200 crianças e jovens entre 8 e 17 anos, assistidos pela instituição Craque do Amanhã, foram presenteados no Natal. O evento de entrega dos presentes aconteceu no dia 19 de dezembro. A instituição providenciou brinquedos infláveis, e as crianças aproveitaram atividades recreativas como futebol, totó e cama elástica.

Além dos 211 brinquedos doados pelos colaboradores da Brasilcap, a instituição realizou sorteios de prêmios especiais. Em vez do Papai Noel, o evento contou com duas figuras bem representativas: o jogador de futebol e padrinho do projeto, Ibson Silva, e o jogador do time da Chapecoense, Alan Ruschel.



Programa de Meio Ambiente

Iniciado em 2017, o Programa de Meio Ambiente da Brasilcap foi consolidado em 2018. Suas ações buscam a conscientização dos funcionários acerca da importância de se cuidar do meio ambiente, através de práticas sustentáveis cotidianas. A ação mais relevante do ano foi o Dia D Cap, em que os colaboradores da sede foram estimulados a selecionar materiais de escritório que pudessem ser descartados, em um incentivo à coleta seletiva que também contribuiu para melhorar a organização e a estética do ambiente de trabalho. Um total de 236,9 kg de itens descartados foram coletados e encaminhados à cooperativa Recicladores Ambientais Transformando, uma das parceiras do Instituto da Criança.

Outra realização significativa promovida pelo Programa foi a redução na quantidade de papel impresso pela área de Relacionamento com o Cliente. Os processos de aprovação de pagamentos aos clientes em caso de reclamações ou solicitações foram totalmente digitalizados, e as autorizações, encaminhadas por *e-mail*. Isso economizou centenas de impressões em 2018.



OUTRAS INICIATIVAS AMBIENTAIS

Apoio a SOS Mata Atlântica

A Brasilcap continuou a apoiar o projeto Florestas do Futuro, uma iniciativa da ONG SOS Mata Atlântica (SOSMA) que promove a restauração de áreas degradadas da Mata Atlântica. O apoio é consequência da nossa iniciativa em neutralizar as emissões de CO₂ causadas por viagens a negócios (em aeronave e automóveis terceirizados) dos empregados e diretoria. Em 2018, 1.239 mudas foram doadas para a SOSMA e plantadas no entorno do reservatório da usina hidrelétrica de Promissão, no município de Guaiçara (SP). A recuperação dessas áreas contribui para a conservação dos recursos hídricos da região coberta pela Mata Atlântica (costa leste, sudeste e sul do país), auxilia na preservação e no incremento da biodiversidade local e reduz a quantidade de CO₂ na atmosfera.

O cálculo de emissão dos deslocamentos a negócios de 2018 não foi realizado por indisponibilidade de dados da agência de turismo que atendeu à Brasilcap no período. A agência encerrou suas atividades e não conseguiu prestar contas na mesma eficácia que nos últimos anos. A partir de 2019, a nova fornecedora ficará a cargo do monitoramento dos quilômetros rodados, tipo de frota e combustível.



Parcerias com a Fundação Banco do Brasil

A partir da parceria com a Fundação Banco do Brasil (FBB), a Companhia apoiou o programa Cataforte, voltado à capacitação de grupos de catadores de materiais recicláveis e sua organização em uma rede de abrangência nacional. Iniciado em 2009, o projeto já habilitou 33 entidades de empreendedorismo solidário que ainda colaboram para reduzir impactos ambientais por meio da reciclagem.

Também em conjunto com a FBB, a Brasilcap engajou-se no Água Brasil, programa que conta com a participação da WWF-Brasil e da Agência Nacional de Águas. Organizado em quatro eixos (projetos socioambientais,

comunicação e engajamento, mitigação de riscos e negócios sustentáveis), o programa está presente em todos os biomas brasileiros, com projetos em sete bacias hidrográficas e cinco cidades. No meio rural, desenvolve projetos que exploram boas práticas agropecuárias, agroecologia, restauração florestal, extrativismo e produção sustentável.

A FBB e a Brasilcap somam mais de 10 anos de parceria, e, durante esta trajetória, a partir da venda de alguns produtos Ourocap, a Brasilcap repassou à FBB mais de R\$ 35,5 milhões e beneficiou aproximadamente 110 mil pessoas. Ainda que a comercialização e os repasses financeiros à FBB a partir destes produtos tenham sido descontinuados, a Brasilcap mantém relação próxima com os seus *stakeholders*, bem como observa as tendências do mercado para a criação dos produtos futuros da Companhia.



Sumário de conteúdo GRI

Divulgações gerais 102-55

PERFIL ORGANIZACIONAL

| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|--|---|---|---------|
| GRI 102: Divulgações gerais 2018 | 102-1 Nome da organização | 9 | |
| | 102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços | 10 | |
| | 102-3 Localização da sede | 9 | |
| | 102-4 Localização das operações | 9 | |
| | 102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica | 9 | |
| | 102-6 Mercados atendidos | 9 | |
| | 102-7 Porte da organização | 9 | |
| | 102-8 Informações sobre empregados e trabalhadores | 40 e 41 | |
| | 102-9 Cadeia de fornecedores | 25 e 48 | |
| | 102-10 Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores | 22 | |
| | 102-11 Abordagem ou princípio da precaução | A Brasilcap não aplica o princípio da precaução | |
| | 102-12 Iniciativas desenvolvidas externamente | 22 e 55 | |
| | 102-13 Participação em associações | 22 e 55 | |

ESTRATÉGIA

| | | | |
|--|--|---------|--|
| GRI 102: Divulgações gerais 2018 | 102-14 Declaração do tomador de decisão sênior | 6 e 7 | |
| | 102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades | 13 e 14 | |

ÉTICA E INTEGRIDADE

| | | | |
|--|--|----|--|
| GRI 102: Divulgações gerais 2018 | 102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento | 16 | |
| | 102-17 Mecanismos de aconselhamento e preocupações sobre ética | 19 | |

GOVERNANÇA

| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|--|--------------------------------|------------|---------|
| GRI 102: Divulgações gerais 2018 | 102-18 Estrutura da governança | 16 e 17 | |

ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS

| | | | |
|--|--|---|--|
| GRI 102: Divulgações gerais 2018 | 102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i> | 13 | |
| | 102-41 Acordos de negociação coletiva | 100% dos empregados próprios são cobertos por acordos coletivos | |
| | 102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i> | 13 | |
| | 102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i> | 14, 35 e 36 | |
| | 102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas | 14, 35 e 36 | |

PRÁTICAS DE REPORTE

| | | | |
|--|---|--|--|
| GRI 102: Divulgações gerais 2018 | 102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas | A Brasilcap é a única entidade considerada | |
| | 102-46 Definindo o conteúdo do relatório e limites do tópico | 14 | |
| | 102-47 Lista dos tópicos materiais | 14 | |
| | 102-48 Reformulações de informações | 40 e 41 | |
| | 102-49 Mudanças no relatório | Não houve | |
| | 102-50 Período do relatório | 01/01/2018 a 31/12/2018 | |
| | 102-51 Data do relatório mais recente | 30/06/2018 | |
| | 102-52 Ciclo do relatório | Anual | |
| | 102-53 Ponto de contato para perguntas sobre o relatório | rsa@brasilcap.com.br | |
| | 102-54 Opção de acordo com o GRI Standards | Nível Essencial | |
| | 102-55 Sumário de Conteúdo GRI | 62 | |
| | 102-56 Asseguração externa | Não há asseguração externa | |



Tópicos materiais

DESEMPENHO ECONÔMICO

| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|--|--|------------|---------|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 23 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 23 | |
| GRI 201: Desempenho econômico 2018 | 201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído | 24 | |

PRESEÇA NO MERCADO

| | | | |
|---|--|----|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 47 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 47 | |
| GRI 202: Presença no mercado 2018 | 202-1 Variação da proporção do salário inicial mais baixo comparado ao salário mínimo local | 47 | |

IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS

| | | | |
|--|--|----|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | | Informação não disponível - O escopo do indicador está sendo revisto junto ao Planejamento Estratégico de Sustentabilidade da Brasilcap e deve ser reportado no próximo relatório. |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | | |
| GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2018 | 203-2 Impactos econômicos indiretos significativos | | |

COMBATE À CORRUPÇÃO

| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|---|--|------------|---------|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 18 e 19 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 18 e 19 | |
| GRI 205: Combate à corrupção 2018 | 205-1 Operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção | 19 | |
| | 205-2 Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção | 18 | |
| | 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas | 18 | |

EMPREGO

| | | | |
|---|--|---------|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 38 e 39 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 38 e 39 | |
| GRI 401: Emprego 2018 | 401-1 Taxas de novas contratações e de rotatividade de empregados | 42 | |

RELAÇÕES TRABALHISTAS

| | | | |
|---|--|----|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 47 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 47 | |
| GRI 402: Relações Trabalhistas 2018 | 402-1 Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais | | Não há prazo mínimo estabelecido por convenção |



Tópicos materiais

SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL

| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|--|---|------------|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 48 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 48 | |
| GRI 403: Saúde e segurança ocupacional 2018 | 403-1 Empregados representados em comitês formais de saúde e segurança | 48 | |
| | 403-2 Tipos de lesões, taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de mortes relacionadas ao trabalho | | A Brasilcap não possui a informação completa sobre este indicador conforme é solicitado pelo GRI. Pretende analisar as informações para reporte completo nos próximos ciclos. Em relação a dias perdidos, a Empresa possui acordo coletivo que possibilita o uso de banco de horas, por isso não há a informação sobre faltas injustificadas |

TREINAMENTO E EDUCAÇÃO

| | | | |
|--|--|---------|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 45 e 46 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 45 e 46 | |
| GRI 404: Treinamento e educação 2018 | 404-1 Média de horas de treinamento por ano por empregado | 45 | |
| | 404-2 Programas de aprendizagem contínua para empregados e preparação para a aposentadoria | | Informação não disponível atualmente. A empresa esta revisitando os processos de Gestão de Pessoas e Materialidade, portanto, se o programa for priorizado, a Companhia se compromete em reportá-lo futuramente. |
| | 404-3 Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira | 46 | |

DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|--|--|------------|---------|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 38 e 39 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 38 e 39 | |
| GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2018 | 405-1 Diversidade nos órgãos de governança e empregados | 43 e 44 | |
| | 405-2 Razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens | 47 | |

NÃO DISCRIMINAÇÃO

| | | | |
|---|--|----|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 19 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 19 | |
| GRI 406: Não discriminação 2018 | 406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas | | Devido à confidencialidade estabelecida para o Canal, a tipificação das ocorrências não será divulgada |

TRABALHO INFANTIL

| | | | |
|---|--|---------|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 48 e 49 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 48 e 49 | |
| GRI 408: Trabalho infantil 2018 | 408-1 Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho infantil | 49 | |

TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO

| | | | |
|---|---|---------|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 48 e 49 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 48 e 49 | |
| GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2018 | 409-1 Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo | 49 | |



Tópicos materiais

AValiação Social de Fornecedores

| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|--|---|------------|---------|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 48 e 49 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 48 e 49 | |
| GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2018 | 414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais | 49 | |
| | 414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas | 49 | |

Política Pública

| | | | |
|---|--|---|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 55 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 55 | |
| GRI 415: Política pública 2018 | 415-1 Contribuições políticas | Os normativos da Brasilcap vedam a contribuição a partidos ou a campanhas políticas | |

Marketing e Rotulagem

| | | | |
|---|---|---------|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 28 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 28 | |
| GRI 417: Marketing e rotulagem 2018 | 417-1 Exigências para informações e rotulagem de produtos e serviços | 28 | |
| | 417-2 Casos de não conformidade relacionados a informações e rotulagem de produtos e serviços | 28 | |
| | 417-3 Casos de não conformidade relativos à comunicação de marketing | 28 | |
| Suplemento Setorial Financeiro - Marketing e rotulagem 2018 | FS15 Políticas para o correto desenvolvimento, a estruturação e a venda de produtos e serviços financeiros | 29 e 31 | |
| | FS16 Iniciativas para melhorar a educação financeira por tipo de beneficiário | 56 | |

Privacidade do Cliente

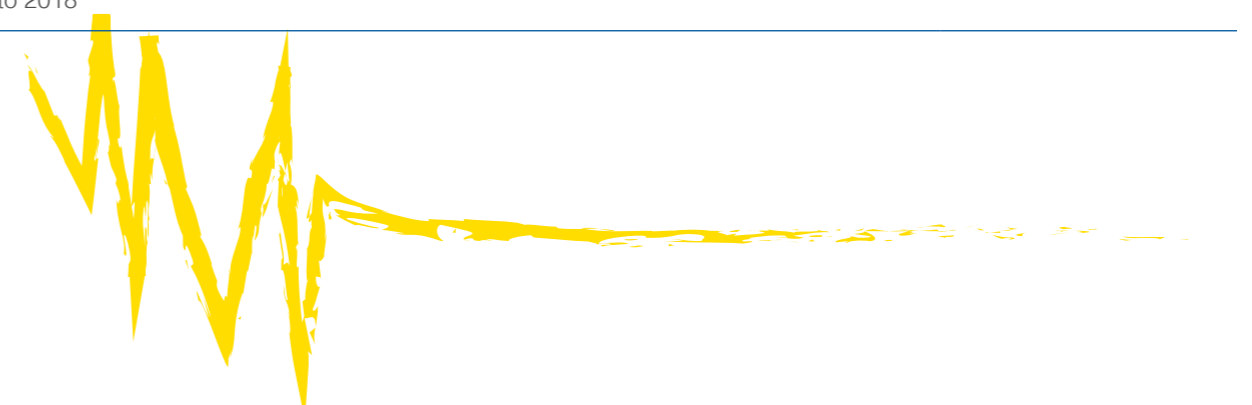
| GRI Standard | Divulgação | Página/URL | Omissão |
|--|---|------------|---------|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 19 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 19 | |
| GRI 418: Privacidade do cliente 2018 | 418-1 Queixas comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes | 19 | |

Conformidade Socioeconômica

| | | | |
|---|--|--|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 28 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 28 | |
| GRI 419: Conformidade socioeconômica 2018 | 419-1 Não conformidade com leis e regulamentos sociais e econômicos | Em 2018 a Brasilcap não foi autuada e nem pagou multas resultantes de não-conformidade com lei e regulamentos sociais e econômicos | |

Portfólio do Produto

| | | | |
|--|---|----|--|
| GRI 103: Abordagem de gestão 2018 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 14 | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 28 | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 28 | |
| Suplemento Setorial Financeiro – Portfólio do produto 2018 | FS2 Procedimentos para avaliação e classificação de riscos ambientais e sociais nas linhas de negócios | 28 | |





CRÉDITOS

REALIZAÇÃO

Brasilcap Capitalização S.A.
Rua Senador Dantas, 105, 10º andar, Centro
Rio de Janeiro - RJ - CEP: 20031-923
www.brasilcap.com.br

COORDENAÇÃO

Gerência de Responsabilidade Social
Corporativa

CONSULTORIA GRI, REDAÇÃO E DESIGN

rpt.sustentabilidade
www.reportsustentabilidade.com.br

IMAGENS

Arquivo Brasilcap e fotos da exposição
'Jean-Michel Basquiat – Obras da Coleção
Mugrabi' gentilmente cedidas pela produtora
Art Unlimited.

REVISÃO

Alícia Toffani



BRASILCAP