



Sumário do Resultado

O Banco do Brasil registrou lucro líquido ajustado de R\$ 5,1 bilhões no 3T21, aumento de 2,0% frente ao 2T21 e acréscimo de 47,6% em relação ao 3T20. O RSPL do trimestre anualizado alcançou 14,3%.

Na comparação com o 2T21, o resultado foi influenciado pelo desempenho positivo da margem financeira bruta (+9,0%) e das receitas de prestação de serviços que cresceram 3,2%, e pelo aumento de 36,7% na PCLD ampliada.

Nos nove primeiros meses de 2021 o BB registrou lucro líquido ajustado de R\$ 15,1 bilhões, elevação de 48,1% se comparado com o 9M20. Esse acréscimo deve-se principalmente pela estabilidade das despesas administrativas, a redução da PCLD ampliada em 44,4% e aumento da margem financeira bruta e das receitas de prestação de serviços em 5,3% e 1,0% respectivamente. O RSPL 9M21 anualizado alcançou 15,0%



Tabela 1. Demonstração do Resultado Resumida – R\$ milhões

	3T20	2T21	3T21	Var. %		9M20	9M21	Var. %
				3T20	2T21			
Margem Financeira Bruta	14.017	14.384	15.683	11,9	9,0	42.375	44.631	5,3
PCLD Ampliada	(5.508)	(2.870)	(3.924)	(28,8)	36,7	(16.766)	(9.317)	(44,4)
PCLD – Risco de Crédito	(6.575)	(3.839)	(5.512)	(16,2)	43,6	(18.993)	(12.638)	(33,5)
PCLD – Recuperação de Crédito	2.283	1.899	2.213	(3,0)	16,6	5.459	5.858	7,3
PCLD – Descontos Concedidos	(281)	(690)	(401)	42,5	(41,9)	(761)	(1.828)	140,1
PCLD – Perdas por Imparidade	(935)	(239)	(224)	(76,0)	(6,3)	(2.470)	(710)	(71,3)
Margem Financeira Líquida	8.509	11.514	11.759	38,2	2,1	25.610	35.314	37,9
Receitas de Prestação de Serviços	7.281	7.206	7.438	2,2	3,2	21.313	21.522	1,0
Despesas Administrativas	(7.835)	(7.857)	(7.915)	1,0	0,7	(23.456)	(23.509)	0,2
Risco Legal¹	(809)	(1.657)	(1.696)	109,5	2,3	(2.445)	(4.946)	102,3
Outros Componentes do Resultado²	(1.791)	(2.061)	(1.228)	(31,4)	(40,4)	(5.209)	(5.794)	11,2
Resultado Antes da Trib. s/ o Lucro	5.354	7.144	8.359	56,1	17,0	15.813	22.586	42,8
Imposto de Renda e Contribuição Social	(992)	(1.113)	(2.189)	120,7	96,6	(3.116)	(4.472)	43,5
Participações Estatutárias no Lucro	(442)	(679)	(633)	43,3	(6,8)	(1.304)	(1.912)	46,6
Lucro Líquido Ajustado³	3.482	5.039	5.139	47,6	2,0	10.189	15.091	48,1
Itens Extraordinários	(397)	485	(530)	33,4	–	(690)	(732)	6,1
Lucro Líquido	3.085	5.524	4.609	49,4	(16,6)	9.498	14.358	51,2
RSPL Mercado - %	12,0	14,4	14,3			12,0	15,0	
RSPL Ajustado - %	10,4	14,3	14,3			10,3	14,2	
RSPL Acionista - %	12,9	15,3	15,1			12,9	15,9	

(1) Grupamento contendo o saldo da linha 'Demandas Cíveis, Fiscais e Trabalhistas'; (2) Grupamento contendo o resultado das linhas 'Outras Provisões', 'Resultado de Participações em Controladas, Coligas e JV', 'PREVI - Plano de Benefícios 1', 'Previ - Atualização de Fundo Utilização', Despesas Tributárias, 'Outras Receitas/Despesas Operacionais' e 'Resultado Não Operacional'; (3) Lucro líquido ajustado está líquido do resultado de 'Participação Minoritária'.



Resultado Estrutural

Tabela 2. Resultado Estrutural – R\$ milhões

	3T20	2T21	3T21	Var. %		9M20	9M21	Var. %
				3T20	2T21			
Receitas Operacionais Totais	23.310	23.542	26.408	13,3	12,2	69.445	73.631	6,0
Receitas Operacionais	23.162	23.111	25.268	9,1	9,3	69.321	71.635	3,3
Margem Financeira Bruta	14.017	14.384	15.683	11,9	9,0	42.375	44.631	5,3
Receitas de Prestação de Serviços	7.281	7.206	7.438	2,2	3,2	21.313	21.522	1,0
Res. de Part. em Controladas, Coligadas e JV	782	668	851	8,8	27,4	2.171	2.396	10,3
Outras Receitas Operacionais	1.083	853	1.296	19,6	51,8	3.462	3.087	(10,8)
Previ - Plano de Benefícios 1	(123)	116	698	-	-	(403)	929	-
Previ - Atualização de Fundo Utilização	271	315	442	63,3	40,5	527	1.067	102,3
Despesas Operacionais Totais	(12.491)	(13.575)	(14.189)	13,6	4,5	(37.024)	(41.962)	13,3
Despesas Administrativas	(7.835)	(7.857)	(7.915)	1,0	0,7	(23.456)	(23.509)	0,2
Despesas de Pessoal	(4.986)	(4.961)	(5.000)	0,3	0,8	(14.913)	(14.949)	0,2
Outras Despesas Administrativas	(2.849)	(2.897)	(2.915)	2,3	0,6	(8.542)	(8.560)	0,2
Despesas Tributárias	(1.347)	(1.497)	(1.534)	13,9	2,4	(3.878)	(4.403)	13,5
Risco Legal	(809)	(1.657)	(1.696)	109,5	2,3	(2.445)	(4.946)	102,3
Outras Provisões	(134)	24	(16)	(88,3)	-	(221)	(155)	(29,8)
Outras Despesas Operacionais	(2.365)	(2.587)	(3.029)	28,1	17,1	(7.024)	(8.949)	27,4
Resultado Não Operacional	43	48	64	49,1	34,0	157	235	48,9
Resultado Estrutural	10.862	10.014	12.283	13,1	22,7	32.578	31.904	(2,1)

Margem Financeira Bruta

A Margem Financeira Bruta (MFB) totalizou R\$ 15,7 bilhões no 3T21, crescimento de 11,9% e 9,0% na comparação anual (3T21/3T20) e trimestral (3T21/2T21) respectivamente. No acumulado (9M21/9M20), a MFB cresceu 5,3% totalizando R\$ 44,6 bilhões.

Na visão trimestral, a variação positiva é explicada pelo aumento de 14,8% das receitas financeiras (+6,1% em receitas com operações de crédito e +65,0% em resultado de tesouraria), sendo as receitas com operações crédito favorecidas pelo

crescimento da carteira classificada (+5,6%) e o resultado de tesouraria, principalmente, pelo crescimento das receitas de juros de títulos e valores mobiliários (+37,1%).

No acumulado, a variação positiva é explicada pelo aumento de 7,2% das receitas financeiras (+4,8% em receitas com operações de crédito e +20,8% em resultado de tesouraria), parcialmente impactado pelo aumento de 25,2% das despesas financeiras de captação (comercial).

Tabela 3. Margem Financeira Bruta e Spread – R\$ milhões

	3T20	2T21	3T21	Var. %		9M20	9M21	Var. %
				3T20	2T21			9M20
Margem Financeira Bruta	14.017	14.384	15.683	11,9	9,0	42.375	44.631	5,3
Receita Financeira com Operações de Crédito	16.930	18.107	19.212	13,5	6,1	52.117	54.603	4,8
Despesa Financeira de Captação	(3.095)	(4.525)	(6.328)	104,5	39,9	(11.278)	(14.118)	25,2
Despesa Financeira de Captação Institucional ¹	(2.587)	(2.355)	(2.409)	(6,9)	2,3	(7.890)	(7.239)	(8,3)
Resultado de Tesouraria ²	2.768	3.157	5.209	88,2	65,0	9.427	11.385	20,8
Spread Global - %³	3,7	3,6	3,7					
Spread Ajustado pelo Risco - %	2,2	2,9	2,8					

(1) inclui instrumentos de dívida sênior, dívida subordinada e IHCD no país e no exterior; (2) inclui o resultado com juros, hedge fiscal, derivativos e outros instrumentos financeiros que compensam os efeitos da variação cambial no resultado; (3) Margem Financeira Bruta/Saldo Médio dos Ativos Rentáveis, anualizado.

PCLD Ampliada

A PCLD Ampliada, composta pela despesa de PCLD líquida da recuperação de crédito, descontos concedidos e imparidade, totalizou R\$ 3,9 bilhões no 3T21. No ano, a PCLD ampliada foi de R\$ 9,3 bilhões, redução de 44,4% na comparação com o 9M20. Abaixo, detalham-se os comportamentos das linhas que compõem o indicador:

Tabela 4. PCLD Ampliada – R\$ milhões

	3T20	2T21	3T21	Var. %		9M20	9M21	Var. %
				3T20	2T21			9M20
PCLD Ampliada	(5.508)	(2.870)	(3.924)	(28,8)	36,7	(16.766)	(9.317)	(44,4)
PCLD - Risco de Crédito	(6.575)	(3.839)	(5.512)	(16,2)	43,6	(18.993)	(12.638)	(33,5)
PCLD - Recuperação de Crédito	2.283	1.899	2.213	(3,0)	16,6	5.459	5.858	7,3
PCLD - Descontos Concedidos	(281)	(690)	(401)	42,5	(41,9)	(761)	(1.828)	140,1
PCLD - Perdas por Imparidade	(935)	(239)	(224)	(76,0)	(6,3)	(2.470)	(710)	(71,3)

Risco de Crédito: Elevação trimestral de 43,6%, atingindo patamares similares aos observados antes da pandemia e em linha com o crescimento da carteira, e redução de 33,5% em comparação com o 9M20, decorrente das antecipações prudenciais realizadas ao longo de 2020 no montante de R\$ 8,1 bilhões.

Recuperação de Crédito: Aumento trimestral de 16,6% e de 7,3% no acumulado em nove meses comparado com o mesmo período do ano anterior. O volume recuperado no 3T21 manteve trajetória crescente.

Descontos Concedidos: Redução trimestral de 41,9% e incremento anual de 140,1%, influenciado pela estratégia de recuperação de ativos problemáticos.

Perdas por Imparidade: Redução trimestral de 6,3% e de 71,3% na comparação com o 9M20.

Receitas de Prestação de Serviços

As receitas de prestação de serviços somaram R\$ 7,4 bilhões no 3T21, aumento de 3,2% na comparação com o trimestre anterior, com destaque para o desempenho de administração de fundos (+9,9%), seguros, previdência e capitalização (+6,0%) e consórcios (+11,7%).

Na visão acumulada em 9 meses, o crescimento de 1,0%, que está dentro do intervalo das projeções corporativas, foi influenciado pelo desempenho comercial nos segmentos de administração de fundos (+7,6%), seguridade (+10,5%), consórcios (+27,1%) e cobrança (+7,5%), que compensaram a redução apresentada nas receitas com conta corrente (-16,8%).

Tabela 5. Receitas de Prestação de Serviços – R\$ milhões

	3T20	2T21	3T21	Var. %		9M20	9M21	9M20
				3T20	2T21			
Receitas de Prestação de Serviços	7.281	7.206	7.438	2,2	3,2	21.313	21.522	1,0
Administração de Fundos	1.699	1.812	1.990	17,1	9,9	5.095	5.482	7,6
Conta Corrente	1.821	1.539	1.536	(15,7)	(0,2)	5.662	4.708	(16,8)
Seguros, Previdência e Capitalização	1.078	1.080	1.145	6,2	6,0	2.939	3.248	10,5
Cartão de Crédito/Débito	528	510	526	(0,3)	3,2	1.532	1.552	1,3
Consórcio	388	427	477	23,0	11,7	1.014	1.289	27,1
Cobrança	360	362	360	(0,1)	(0,5)	1.010	1.087	7,5
Operações de Crédito e Garantias Prestadas	439	448	441	0,6	(1,4)	1.191	1.249	4,8
Arrecadações	235	243	249	6,0	2,3	721	734	1,9
Subsidiárias/Controladas no Exterior	187	192	191	2,0	(0,9)	528	556	5,3
Processamento de Convênios	150	183	172	14,6	(6,0)	463	517	11,6
Tesouro Nacional e Adm. de Fundos Oficiais	94	88	91	(3,1)	3,5	290	274	(5,4)
Rendas do Mercado de Capitais	143	126	86	(40,0)	(31,9)	355	280	(21,0)
Serviços de Comércio Exterior	67	69	70	4,5	1,9	225	205	(8,8)
Outros	93	128	105	12,8	(18,1)	287	339	18,1



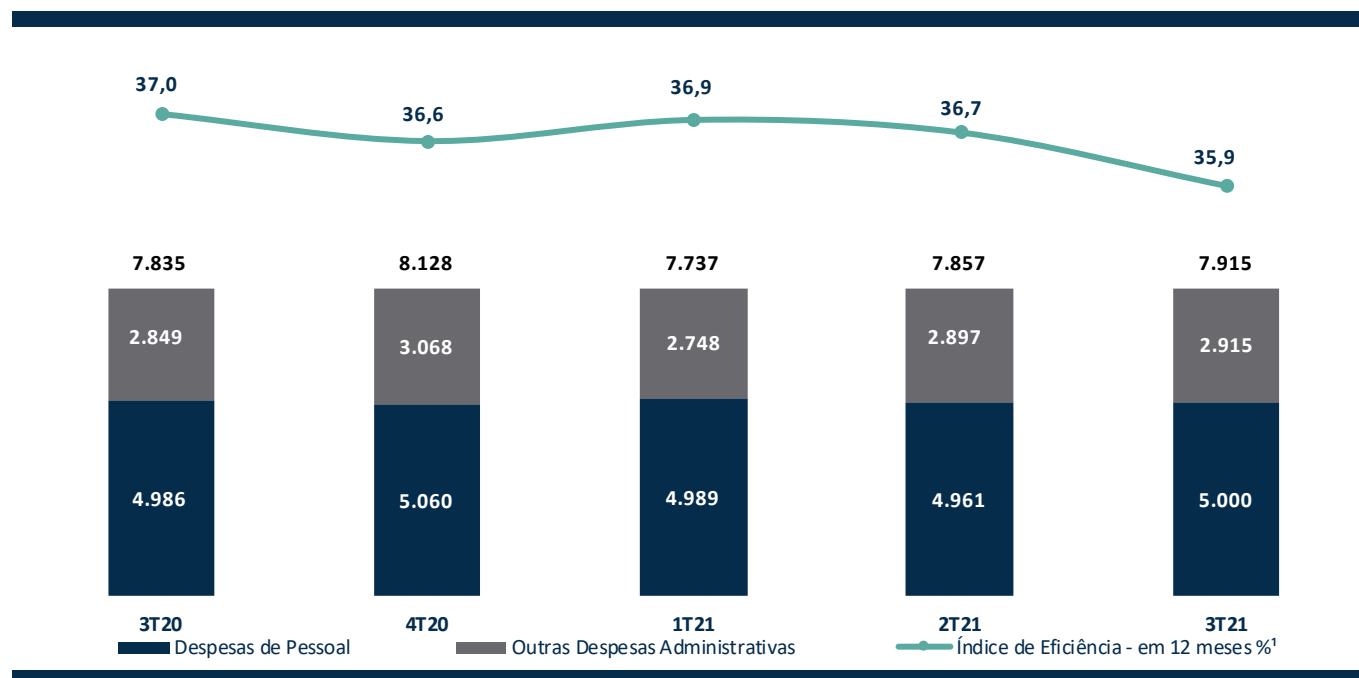
Despesas Administrativas e Índice de Eficiência

No 3T21 as despesas administrativas totalizaram R\$ 7,9 bilhões, acréscimo de 0,7% em relação ao trimestre anterior, influenciadas principalmente pelo aumento das despesas de pessoal, devido ao reajuste salarial de 10,97% concedido aos bancários a partir de setembro/2021, em linha com o Acordo Coletivo de Trabalho 2020/2022.

Na comparação em nove meses, as despesas ficaram praticamente estáveis (+0,2%), mantendo-se dentro do intervalo das projeções corporativas 2021, o que reforça o comprometimento com o controle de custos.

O índice de eficiência acumulado em 12 meses alcançou 35,9%, melhor índice da série histórica, refletindo a combinação de controle de custos com incremento das receitas no período.

Figura 1. Despesas Administrativas – R\$ milhões



(1) Índice de Eficiência: Despesas Administrativas / Receitas Operacionais. Dados referentes à Demonstração do Resultado com Realocações.



Índice de Basileia

O BB possui Plano de Capital com visão prospectiva de três anos e considera (a) a Declaração de Apetite e Tolerância a Riscos, (b) a Estratégia Corporativa e (c) o Orçamento Corporativo. Na Declaração de Apetite e Tolerância a Riscos e no Plano de Capital está definido um Índice de Capital Principal mínimo de 11% a partir de janeiro de 2022.

Em setembro de 2021, o índice de Basileia foi de 19,34% e o índice de capital nível I de 16,54%, sendo 13,17% de capital principal.

Figura 2. Basileia - %

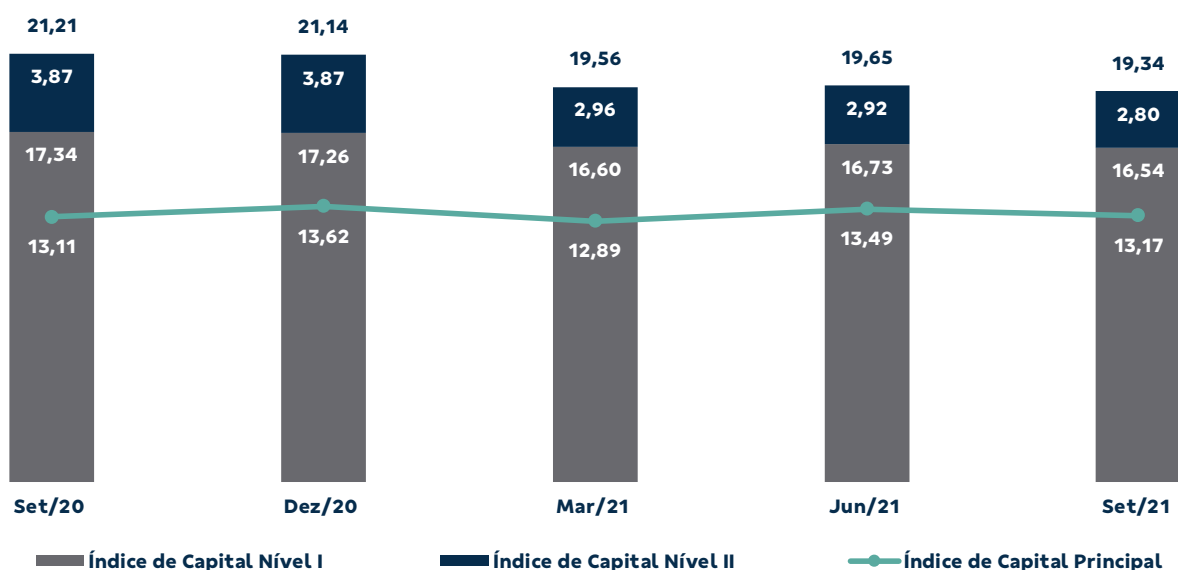
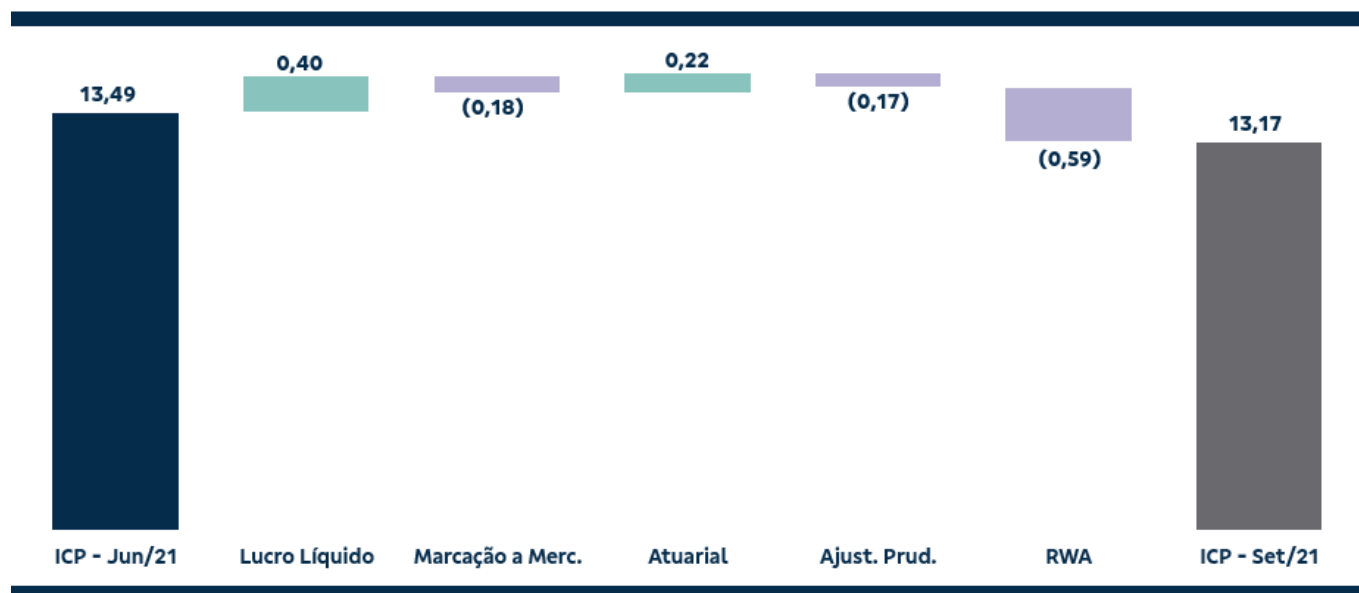




Figura 3. Movimentação no Índice de Capital Principal (ICP) - %





Carteira de Crédito

A Carteira de Crédito Ampliada, que inclui, além da Carteira Classificada, TVM privados e garantias, totalizou R\$ 814,2 bilhões em setembro/21, crescimento de 6,2% na comparação com junho/21, com destaque para as operações com as pessoas físicas, as micro, pequenas e médias empresas (MPME) e com o agronegócio.

Na comparação com setembro/20 (+11,4%), destaque para o crescimento do segmento PF (+14,2%), MPME (+24,6%) e do Agronegócios (+18,5%).

A carteira Pessoa Física cresceu 5,7% frente a junho/21, principalmente devido à performance positiva no crédito consignado (+4,4%), no cartão de crédito (+19,3%) e no empréstimo pessoal (+9,6%).

Na Pessoa Jurídica houve crescimento de 4,3%. Destaque para o crescimento da carteira MPME (+10,0%), influenciada pelos desembolsos de R\$ 8,1 bilhões nas linhas do Pronampe. Já a carteira de grandes empresas foi impactada por liquidações e o

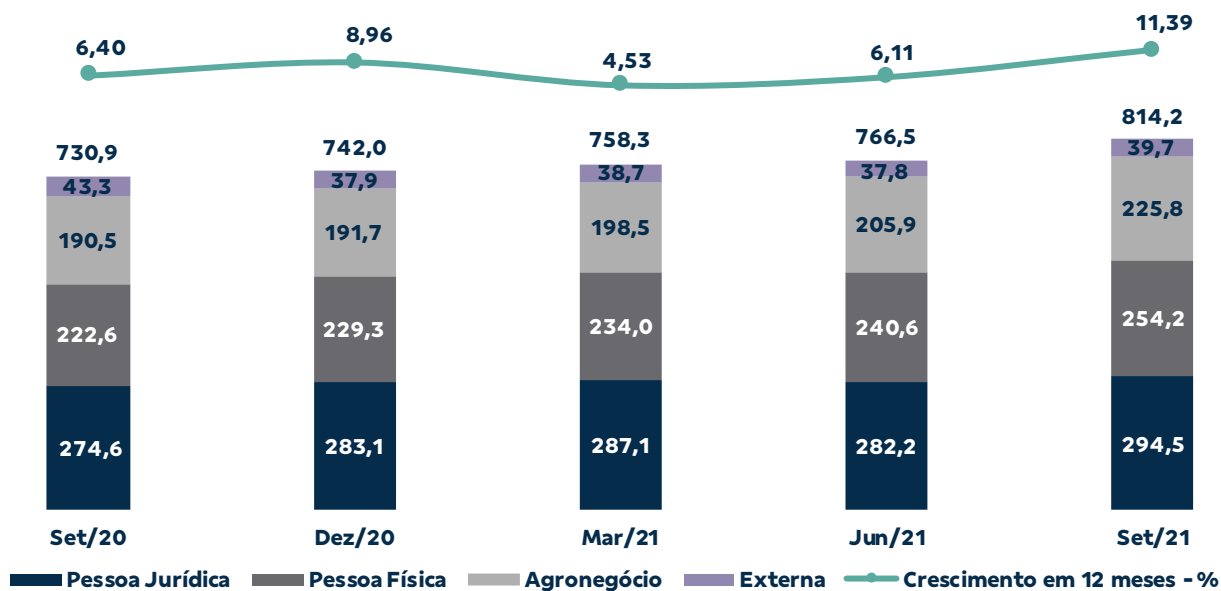
direcionamento para alternativas no mercado de capitais. Ainda que a carteira de Grandes Empresas tenha se reduzido em relação a junho/21, nota-se crescimento nas operações com empresas com faturamento entre R\$ 200 milhões e R\$800 milhões, contribuindo positivamente para o mix da carteira.

No Agronegócio a carteira cresceu 9,7%, na comparação com junho/21, com destaque para o custeio agropecuário (+10,9%), para as linhas de investimento e comercialização agropecuária, (+14,2% e +23,2%, respectivamente) e industrialização (+270,2%). Os títulos do agronegócio também tiveram performance positiva, principalmente o certificado de direitos creditórios do agronegócio (+159,5%).

Além da elevada demanda, o forte desempenho é resultado do histórico protagonismo que o BB tem com toda a cadeia do agronegócio, com atendimento especializado, profissionais dedicados, conhecimento e relacionamento técnicos e capilaridade nacional.



Figura 4. Carteira de Crédito Ampliada – R\$ bilhões

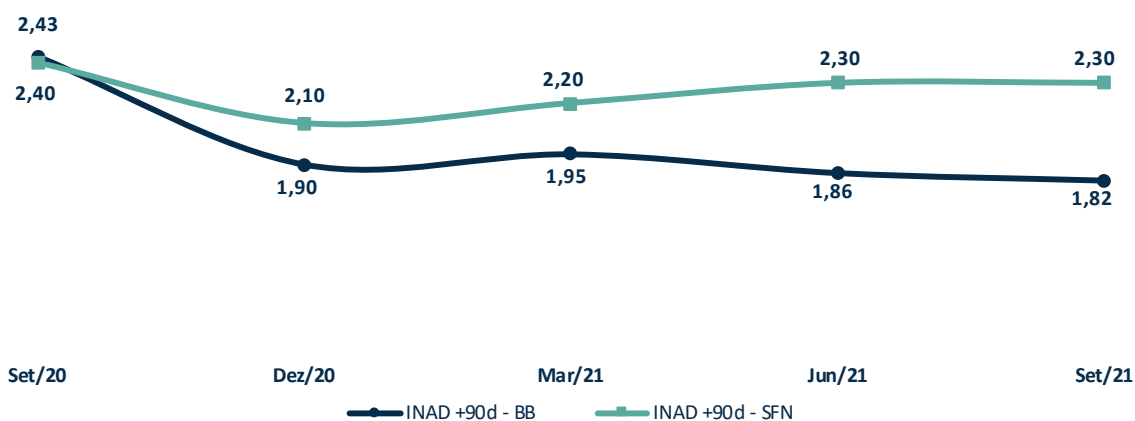




Qualidade do Crédito

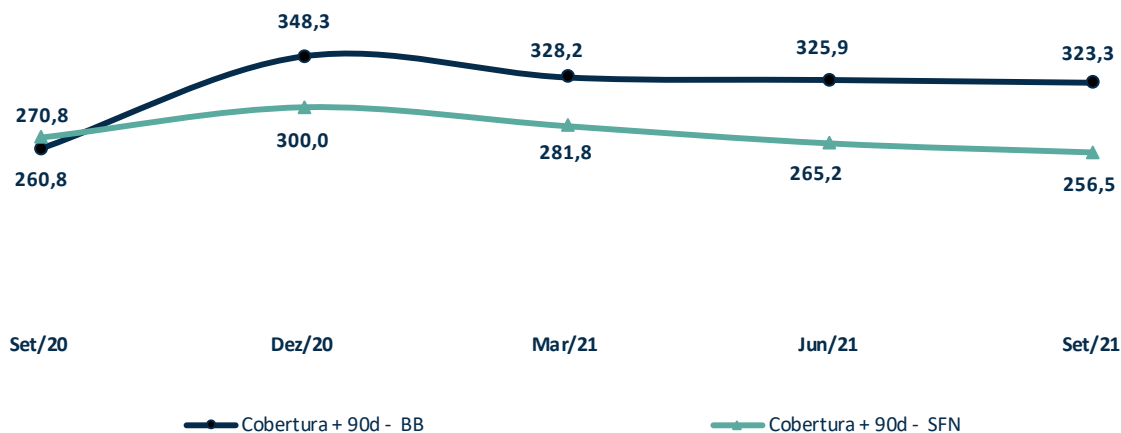
O índice de inadimplência INAD+90d (relação entre as operações vencidas há mais de 90 dias e o saldo da carteira de crédito classificada) mostrou redução frente a junho/21, atingindo 1,82% em setembro/21, permanecendo inferior à média de mercado.

Figura 5. Inad +90d – %



O Banco mantém cobertura compatível com o perfil de risco de sua carteira. O índice de cobertura saiu de 325,9% em junho/21 para 323,3% em setembro/21.

Figura 6. Cobertura¹ – %



(1) Relação entre o saldo total de provisão e o saldo das operações de crédito vencidas há mais de 90 dias.

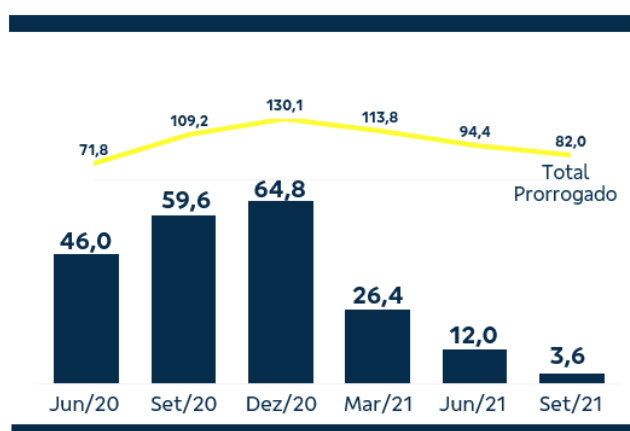
Apoio aos clientes em tempos de pandemia

Diante do cenário de incertezas trazido pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19), o Banco do Brasil tem atuado para prover suporte aos clientes com seriedade, rapidez e segurança, ao mesmo tempo em que fortalece seu compromisso com a sociedade, pela adoção de ações que buscam minimizar os efeitos adversos da atual conjuntura sobre o país.

Créditos Prorrogados

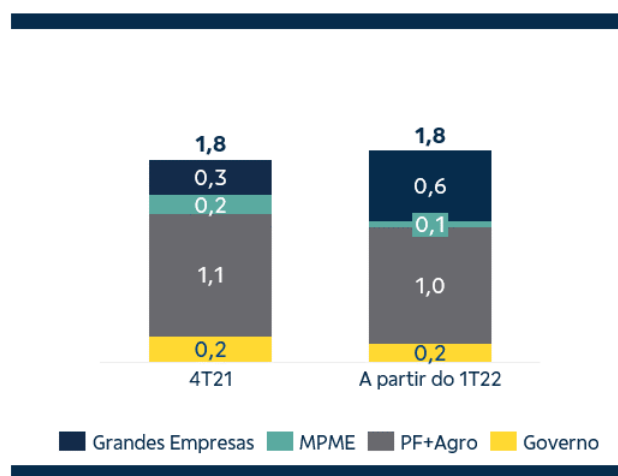
O saldo das operações ativas de crédito prorrogadas reduziu para R\$ 82,0 bilhões em setembro/21, com as liquidações e amortizações realizadas no período, o que representa 11,5% da carteira de crédito interna, dos quais R\$ 3,6 bilhões permanecem sob carência. Desse montante, 91,5% das operações possuem rating entre AA e C, e 97,6% das transações não tinham histórico de atraso nos últimos 12 meses. A inadimplência acima de 15 dias foi de 3,73% enquanto a acima de 90 dias foi de 2,29%. Além disso, 70,6% das operações estão atreladas a garantias. O tempo médio de relacionamento dos clientes que prorrogaram operações é de 17,6 anos.

Figura 7. Prorrogações em Carência – R\$ bilhões



A figura a seguir mostra os vencimentos das operações prorrogadas em carência. No 4T21, 49% das operações em carência, ou R\$ 1,8 bilhão, retomarão os pagamentos.

Figura 8. Vencimento das operações prorrogadas em carência – R\$ bilhões





Projeções Corporativas 2021

O Banco do Brasil revisou suas projeções corporativas para melhor representar as expectativas da administração, conforme abaixo:

Tabela 6. Projeções corporativas para 2021

	Projeções 2021	Observado 9M21	Revisado
Lucro Líquido Ajustado - R\$ bilhões	17,0 a 20,0	15,1	19,0 a 21,0
Margem Financeira Bruta - %	1,0 a 4,0	5,3	4,0 a 6,0
Carteira de Crédito ¹ - %	8,0 a 12,0	14,1	14,0 a 16,0
Negócios Varejo ² - %	9,0 a 13,0	17,2	12,5 a 14,5
Atacado PJ ³ - %	3,0 a 7,0	-4,0	0,0 a 2,0
Rural - %	11,0 a 15,0	24,8	29,0 a 31,0
Receitas de Prestação de Serviços - %	-1,5 a 1,5	1,0	Mantido
Despesas Administrativas - %	-1,5 a 1,5	0,2	Mantido
PCLD Ampliada - R\$ bilhões	-15,0 a -13,0	-9,3	Mantido

(1) Carteira de Crédito: considera a carteira doméstica orgânica, adicionada de TVM Privados e Garantias e não considera crédito a Governo; (2) Negócios Varejo: considera carteira Pessoa Física e segmento MPME, com faturamento anual de até R\$ 200 milhões; (3) Atacado PJ: considera Grandes Empresas com faturamento anual superior a R\$ 200 milhões e Crédito Agroindustrial.

Desvios das Projeções Corporativas

No 9M21, os seguintes indicadores apresentaram desvio em relação ao esperado para o ano:

- Margem Financeira Bruta:** crescimento influenciado pelo resultado de tesouraria e pelo crescimento da carteira de crédito;
- Carteira de Crédito:** crescimento influenciado pelo desempenho das carteiras Varejo e Agro;
- Varejo:** crescimento devido ao desempenho positivo do crédito consignado e cartão de crédito na pessoa física e da carteira MPME, por meio do Pronampe;
- Carteira Atacado PJ:** desempenho influenciado por liquidações antecipadas;
- Rural:** desempenho reflete a boa performance do segmento.



Sustentabilidade

A sustentabilidade está incorporada na estratégia do BB, que tem por premissa a integração da geração de valor econômico à transparência, à governança corporativa e à responsabilidade socioambiental.

O BB acredita na capacidade de desenvolver e ofertar produtos e serviços voltados para uma economia de baixo carbono e inclusiva, que possam agregar cada vez mais qualidade e inovação ao atendimento de clientes e promover menor impacto social e ambiental, de fortalecer a governança corporativa, a gestão da ética e a transparência; de desenvolver o capital humano, valorizar a diversidade e aprimorar as práticas ambientais e de ecoeficiência, assegurando o uso eficiente e sustentável dos recursos naturais.

Sustentabilidade Empresarial

O BB adota as melhores práticas Ambientais, Sociais e de Governança (ASG), que permitem ações de antecipação e de gerenciamento de riscos e oportunidades. Essas premissas estão materializadas em nosso Plano de Sustentabilidade – Agenda 30 BB, principal instrumento fomentador de práticas socioambientais no BB desde 2005. O Plano, revisado

em 2021, conta com 40 ações e 110 indicadores para o período 2021–2023.

O Banco estabeleceu 10 Compromissos de Longo Prazo em Sustentabilidade, com metas a serem implementadas até 2030, que envolvem as frentes de Negócios Sustentáveis, Investimento Responsável e Gestão ASG.

Figura 9. Compromissos com a Sustentabilidade



Para auxiliar nossos clientes na transição para um portfólio mais sustentável, um dos objetivos do BB é fomentar a energia renovável por meio da oferta de R\$ 15 bilhões em crédito até 2025, sendo que até este momento já fomentou um volume total em energia renovável de R\$ 7,4 bilhões.

Internamente, o BB passou a utilizar energia de fontes renováveis em 31 prédios administrativos por meio do Ambiente de Contratação Livre (ACL). Com isso,

alcançamos uma economia acumulada de R\$ 15,6 milhões (2019/2021), com expectativa de atingir economia de R\$ 50 milhões até 2024.

Para expansão do projeto ACL, serão estudadas ao todo 652 unidades consumidoras em Média Tensão (A4) com viés de atingir 68% do consumo do BB via fontes renováveis até dezembro de 2024. Estima-se economia de mais R\$ 33 milhões nas despesas com energia elétrica.

O BB atingiu 100% de compensação de gases de efeito estufa gerados por energia elétrica, neutralizados por meio da compra de certificados de energia renovável internacionais rastreáveis, conhecidos como I-REC (International Renewable Energy Certificate – Escopo2), e do funcionamento da Usina Solar em Porteirinha (MG).

Assim, a estratégia do BB, além da redução do consumo de energia, é continuar investindo em uma matriz mais limpa e renovável de auto geração de energia, com impacto positivo no meio ambiente e na sociedade e ao mesmo tempo, com a escalada da produção pelas usinas, reduzir o número de certificados adquiridos até alcançar a compensação orgânica.

Ainda com foco na eficiência energética, o Banco do Brasil instalou solução de IoT (internet das coisas) para monitorar o funcionamento dos sistemas de climatização, nobreak e iluminação, além do consumo de energia elétrica e água, em 300 agências em 2021. Com isso, o Banco quer alcançar uma redução no consumo de energia na ordem de 15% nas dependências atendidas.

Além da Usina Solar em Porteirinha (MG), o BB já conta também com a de São Domingos do Araguaia (PA). Até o fim do ano, no escopo do projeto de Geração Distribuída (GD), serão viabilizadas mais 19 novas usinas a serem licitadas e, em 2022, está prevista a inauguração de oito usinas: na Bahia, em Goiás, no Distrito Federal, no Ceará, em São Paulo, no

Paraná, em Santa Catarina e uma segunda usina em Minas Gerais.

Quando todos os projetos de GD estiverem concluídos, com 29 unidades entregues até 2023, serão gerados cerca de 110 GWh de energia por ano, o que corresponde ao consumo de 48,7 mil residências de classe média – com um potencial de economia da ordem de R\$ 561 milhões. Com essas medidas, o BB garantirá o uso de fontes renováveis em mais de 22% de sua matriz elétrica, além de deixar de emitir cerca de 5,9 mil toneladas anuais de dióxido de carbono, o que equivale ao plantio de aproximadamente 16,5 mil árvores.

Assim, cerca de 117 mil certificados de energia renovável no padrão I-REC poderão ser utilizados para compensação de emissões do BB. Além disso, estima-se alcançar 90% da matriz elétrica em fontes renováveis, somados os projetos GD (22%) e ACL (68%).

O BB Papel Zero reduziu em 3,9% a quantidade de documentos impressos, de janeiro a setembro/2021, em comparação ao mesmo período do ano anterior. O projeto reduziu R\$ 7,8 milhões de despesas com impressão no mesmo período.

Essas iniciativas reforçam o compromisso histórico do BB com a sustentabilidade em seu sentido mais amplo e permite evoluir e obter reconhecimentos em índices, rankings e ratings de sustentabilidade globais e nacionais, como o ISE B3, o DJSI, o FTSE4, entre outros.

Carteira de Negócios Sustentáveis

A carteira de negócios sustentáveis compreende o montante das operações/linhas de crédito destinadas a financiar atividades e/ou segmentos que possuem impactos socioambientais positivos, e é composta por

operações de crédito para os setores de energias renováveis, eficiência energética, construção, transporte e turismo sustentáveis, água, pesca, floresta, agricultura sustentável e gestão de resíduos.

Além disso, para fomentar uma economia inclusiva, nessa carteira são consideradas áreas de cunho social, como: educação, saúde e desenvolvimento local e regional. O volume de recursos foi destinado aos clientes de todos os segmentos, como Pessoa Física (Varejo e Private), empresas de diferentes portes (MPE, Corporate, Atacado) e para o Setor Público.

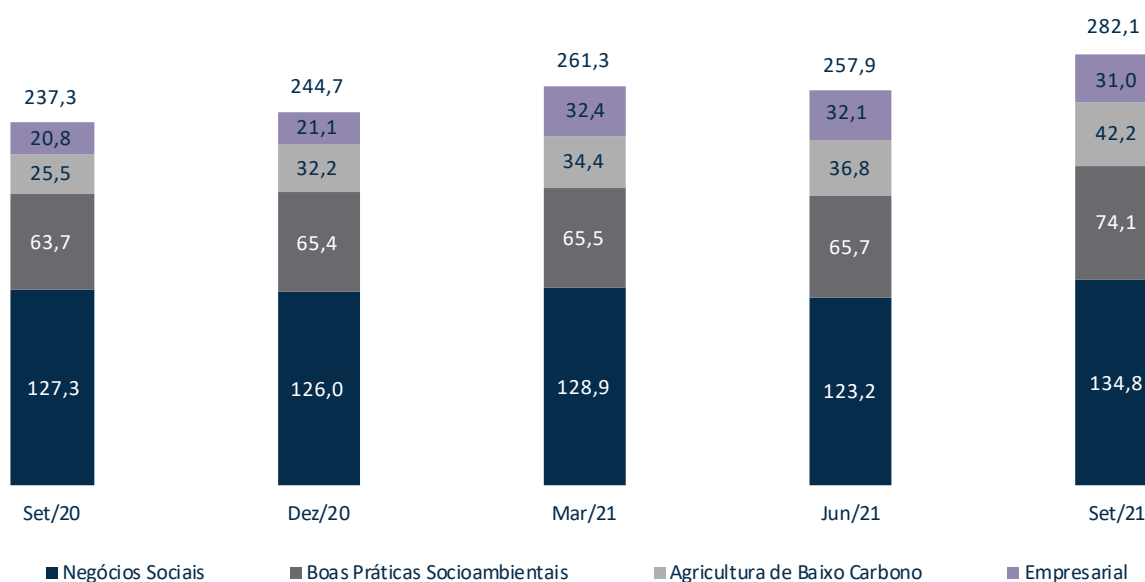
As linhas de crédito e operações que compõem a carteira tem como base a metodologia desenvolvida pela Federação Brasileira de Bancos (Febraban), que trata da mensuração e identificação de recursos alocados em setores da economia verde, e o nosso framework de finanças sustentáveis, que trata da mensuração e identificação de recursos alocados em setores da Economia Verde e negócios com impacto ambiental e social positivos. A metodologia foi submetida à revisão e à avaliação independente da consultoria Sitawi – Finanças do Bem, que emitiu segunda opinião a partir do alinhamento das

operações de crédito com padrões internacionais para avaliação de projetos e negócios sustentáveis, atribuindo um rating (de A a C), de acordo com as adicionalidades sociais e ambientais verificadas para cada linha.

Como resultado, as operações obtiveram classificação majoritária de alta adicionalidade (rating A), evidenciando que possuem contribuição positiva e transformacional para o desenvolvimento sustentável e para a transição para uma economia de baixo carbono e inclusiva.

Em setembro/21, a carteira atingiu um saldo de R\$ 282,1 bilhões, crescimento de 18,9% em 12 meses, com destaque para as boas práticas socioambientais (+16,3%) e agricultura de baixo carbono (+65,4%), reforçando nosso papel transformador no desenvolvimento do país e para garantir um futuro cada vez mais sustentável.

Figura 10. Carteira de Negócios Sustentáveis – R\$ bilhões



Investimentos ASG

O Banco do Brasil tem trabalhado para engajar clientes a investir em ativos sustentáveis, oferecendo um diverso portfólio que alia rentabilidade, governança corporativa e responsabilidade socioambiental.

O BB, por meio de sua gestora de recursos, BB DTVM, vem ampliando a oferta de fundos de investimento cuja seleção de ativos obedece a critérios ASG. Atualmente, o BB possui 15 fundos ASG, com patrimônio líquido de R\$ 4,4 bilhões, crescimento de 6,5% em relação a junho/21 e 182,7% em relação a setembro/2020. Em relação ao total de recursos administrados pela BB DTVM, 95,0% dos ativos sob gestão eram avaliados sob aspectos ASG ao final do 3T21.

Destaca-se o lançamento da LCA Verde, cujos recursos são direcionados exclusivamente para operações de agricultura de baixo carbono, energia renovável e demais linhas que atendam aos critérios ASG previstas no Framework de Finanças Sustentáveis do BB. O produto complementa o nosso portfólio de soluções de investimento ASG, cuja demanda tem sido crescente, já que o investidor busca por estratégias de diversificação que estejam alinhadas aos seus valores e às tendências de mercado. Em três meses, a LCA Verde já alcança o volume de R\$ 158,4 milhões captados.

Sempre buscando as melhores formas de atender os clientes investidores, o BB associa a oferta de investimentos sustentáveis com a educação financeira. O Banco oferece assessoria digital completa e segura, que contempla ações de informação e conhecimento por meio de mídias digitais. A *playlist InvesTalk*, disponível no canal do BB no YouTube desde 2019, conta com uma programação de sugestões de investimentos, cenário

econômico, análises de mercado, dicas, bate-papos entre outros, disseminando informação de qualidade e com foco na experiência prévia de cada investidor, de forma isenta e descomplicada. Recentemente, o BB abordou os investimentos ASG tanto no InvesTalk quanto no Deseconomês, uma série de vídeos criados para mostrar o mundo dos investimentos de um jeito leve e descontraído, traduzindo expressões do mercado financeiro para aqueles que estão pensando em começar a investir.

O BB disponibiliza também a assessoria digital no Spotify, por meio de *podcasts*, contando, inclusive, com análises diárias. Qualquer pessoa pode acessar também as sugestões de investimentos, relatórios e análises de mercado produzidas pelos especialistas do Banco do Brasil por meio da página bb.com.br/carteirasugerida, contando inclusive com uma carteira sugerida de empresas que seguem os mais elevados padrões de sustentabilidade e possuem potencial de valorização (Carteira ESG).

No processo de integração de fatores ESG nos relatórios e análises de recomendação desenvolvidos pelo nosso time de pesquisa (*research*), o BB iniciou um acompanhamento mais próximo do tema, selecionando papéis de empresas que, em nossa visão, vêm sendo bem sucedidas no alinhamento de seus negócios às práticas sustentáveis e socialmente responsáveis. A Carteira BB ESG encerrou o seu segundo mês de existência com um desempenho de de 1,05 ponto percentual acima do benchmark (ISE B3).

Para saber mais sobre os produtos de investimento ASG do Banco do Brasil acesse nossa vitrine em bb.com.br/asg.



Experiência do Cliente

A visão da estratégia de clientes do Banco do Brasil está centrada no uso de inteligência analítica aplicada ao conhecimento do cliente, permitindo ainda mais personalização do relacionamento, gerando boas experiências e relevância, para que os clientes tenham acesso a um Banco altamente especializado, com produtos, serviços e assessoria adequados às suas necessidades.

O BB acredita que olhar para o cliente de uma forma mais completa, quebrando as barreiras tradicionais de segmentação, indo além do uso de dados sociais e demográficos, conhecendo seus interesses, hábitos de consumo, estilo de vida, valores, afinidades, conhecendo e valorizando o que é importante para cada um, é o que vai diferenciar cada vez mais a nossa forma de relacionamento e atendimento aos nossos clientes, indo além do core bancário.

A estratégia de atendimento e canais também se guia pelo comportamento e preferência dos clientes, oferecendo pontos de contato de acordo com a conveniência, integrando o mix de canais para a melhor experiência onde quer que o cliente prefira. Além disso, o banco tem agregado novas estruturas de atendimento, proprietárias ou por meio de parceiros, de forma integrada às plataformas digitais.

Nos últimos anos, houve uma evolução significativa da migração das transações dos clientes para canais digitais. Ao mesmo tempo, mantém-se relevante o contato humano, por meio físico ou remoto, para assessoria, realização de negócios e demandas de maior complexidade.

A complementariedade é necessária para que a experiência seja fluída seja no autosserviço digital, no atendimento presencial ou no remoto.

No primeiro semestre de 2021, o Banco do Brasil otimizou modelos de atuação, migrando para estruturas mais leves e especializadas. A base de clientes pessoas físicas passou a ter atendimento gerenciado mais de 1,4 milhão de clientes, ultrapassando a marca de sete milhões de clientes em setembro/21.

Nesse contexto, o BB ampliou o modelo de atendimento gerenciado em Escritórios Leves, direcionando para clientes com maturidade digital, ou seja, aqueles que realizam as transações bancárias e de consumo preferencialmente nos canais digitais, buscando elevar a experiência e a fidelização deste público. Neste modelo, a interface predominante de atendimento é digital, e ocorre por meio de interações e trocas de mensagens instantâneas entre o gerente e o cliente, em ambiente logado, entregando mais conveniência no atendimento, segurança, além de contribuir para melhorar a eficiência do atendimento e a experiência destes clientes.

Outro segmento no qual o Banco tem investido em ampliar a especialização é o Private, onde o BB atua há 17 anos. Em 2021, sete escritórios Private passaram a ser dedicados aos megaprodutores rurais, com atendimento dedicado a esse nicho em toda a extensão do território brasileiro. Já são oito no total.

Estratégias de recomendação, guiadas por insights e assessoria personalizadas em todos os pontos de contato, fazem parte da diretriz de relacionamento com as pessoas físicas. Um exemplo é a assessoria em investimentos. Com uso de inteligência e tecnologia, foi possível escalar a assessoria a todos os clientes, que podem valer-se de nosso robô *advisor* e simulador de investimentos, via App, e ter acesso a



uma carteira sugerida de investimento de acordo com seu perfil de investidor e objetivos.

Para mais detalhes sobre a assessoria em investimentos e sobre o Private Banking do Banco do Brasil, leia o capítulo 9 do Análise do Desempenho.

Aprimoramos as estruturas de atendimento especializadas para as Empresas, tanto no varejo, com agências especializadas, plataformas e polos empreendedores que já atendem a mais de 2,4 milhões de clientes MPE, quanto no Atacado, com uma nova abordagem aos clientes empresariais com faturamento entre R\$ 200 e R\$ 800 milhões.

Além disso, o banco tem ampliado a estratégia comercial de atuação por nichos e setores econômicos, como por exemplo segmentos Agro, Techs e Ramo de Saúde, com entrega de propostas de valor alinhadas às características e necessidades dos segmentos-alvo, e assessoria especializada em investimentos, soluções em cash management, comércio exterior e serviços oferecidos pelas nossas empresas coligadas.

Para os clientes do agronegócio, o BB continua reforçando o protagonismo no setor, com o atendimento especializado, técnico e presente, com capilaridade nacional. Toda agência BB conta com funcionários treinados e que conhecem o agro, e com

isso, estão aptos para atender o cliente agro de forma completa. Adicionalmente, o produtor rural tem a sua disposição uma rede de agências especializadas. Ressalta-se ainda a especialização da rede Private, com estruturas dedicadas ao atendimento do megaprodutor rural. Ao mesmo tempo, o Banco do Brasil tem agregado a assessoria humana ao uso de inteligência artificial e de tecnologia para o atendimento do setor, como por exemplo o Agrobot, o consultor virtual agro que fornece informações e análises personalizadas para a otimização dos resultados dos produtores, além da disponibilização de produtos e serviços de forma 100% digital.

Buscamos também incrementar os negócios junto à cadeia produtiva dos clientes por meio de crédito e serviços para pequenas e médias empresas e produtores rurais integrados de agroindústrias e grandes empresas, promovendo sinergias entre a rede Atacado e Varejo para incrementar a eficiência e os resultados. Através de convênios e parcerias com empresas do Atacado, estimulamos e financiamos o desenvolvimento das suas redes de fornecedores e clientes, trazendo benefícios em todos os elos da cadeia produtiva.

Alcançar o cliente certo, com a experiência adequada e no momento perfeito, é sinônimo de cliente



satisfeito, da entrega de uma experiência diferenciada e sem atritos.

As iniciativas que o banco vem implementando para aprimorar a experiência de seus clientes têm mostrado resultados positivos em termos de satisfação do cliente, com o NPS (Net Promoter Score), evoluindo de forma consistente. Na comparação com setembro/20, o indicador cresceu oito pontos, enquanto as reclamações procedentes no Ranking do Banco Central reduziram 37,2% frente ao 3T20.

Além do NPS o BB possui diversos mecanismos para ouvir o cliente. Uma importante ferramenta é a

avaliação dos atendimentos. No 3T21, recebemos 2,2 milhões de avaliações de clientes PF sobre o atendimento que prestamos nos meios digitais e físicos, com nota de 4,8 (sendo o máximo de 5,0).

É importante destacar que acompanhamos de perto o CES (*Customer Effort Score*) e o EES (*Employee Effort Score*) com o objetivo de melhorar nossos processos constantemente.

A satisfação do cliente tem impacto direto na remuneração e premiação de funcionários, sendo um importante indutor para alinhar o objetivo do Banco em manter um atendimento de excelência.



Estratégia Digital

Com um Banco cada vez mais digital, consolidamos nossa presença em complementariedade à rede física e oferecemos soluções inovadoras e conveniência aos nossos clientes. A adoção dos meios digitais para efetivação de diversos serviços cotidianos continuou se fortalecendo como novo hábito para milhões de brasileiros e nos antecipamos, fomentando a originação de negócios e o relacionamento pelo digital.

A estratégia digital do Banco do Brasil está amparada em um conjunto de iniciativas que se desdobram em otimização digital e transformação digital.

Com a otimização, visamos aprimorar nossos modelos de negócios, agregando maior eficiência e produtividade, trazendo uma melhor experiência e conseqüentemente elevando as atuais receitas. Exemplos disso as interações efetuadas pelos assistentes virtuais que cresceram 159% (3T21/3T20), e que tem aumentado significativamente sua resolutividade, o desembolso de crédito nos canais digitais e a assessoria digital em investimentos com o uso de robô para recomendações que consideram o perfil e o momento de vida dos clientes.

Sob o pilar da transformação, buscamos novas fontes de resultado aceleradas por inovação aberta e tecnologias digitais. As prioridades são buscar novas fontes de resultado associadas a negócios com capacidade de atrair novos segmentos de clientes e com soluções de negócio que aumentem o engajamento do cliente com nossos canais e marcas.

Nesse sentido, O BB continua expandindo a atuação como plataforma nos vários segmentos em que o BB atua. No mercado de agronegócios, por exemplo, estamos escalando nossa A plataforma digital Broto (broto.com.br), construída em conjunto com a BB Seguros, e que conecta produtores rurais e fornecedores oferecendo produtos, serviços e consultoria. O Broto, já soma mais de 336 mil acessos

Cuponeria no App BB

O Banco do Brasil entende que cuidar do que é valioso para seus clientes vai muito além de prover soluções financeiras. Por isso, tem trabalhado para expandir e diversificar a oferta de serviços não financeiros que agreguem valor ao relacionamento em suas plataformas digitais. Essa estratégia aprofunda o relacionamento com nossos clientes assim como na expande oportunidades de negócios em um ecossistema que integra B2B e B2C.

Engajamento Digital

O Banco do Brasil terminou o 3T21 com 21,9 milhões de clientes ativos nas plataformas digitais internet e mobile, e as transações realizadas nestes canais representaram 90,7% das operações de nossos clientes, um aumento de 4,0 pontos percentuais em comparação com Set/2020 (86,7%).

únicos na plataforma e originou R\$ 1,0 bilhão em negócios desde seu lançamento, fomentando e impulsionando o agronegócio brasileiro. São mais de 1.500 produtos para maximizar a produtividade econômica dos produtores rurais.

Também agregamos ao Broto outras soluções como *blog*, *podcasts* e *lives* para trazer informação e conhecimento aos produtores rurais

Os pilares de otimização e transformação digital são habilitados pela transformação cultural com o incentivo ao desenvolvimento de habilidades digitais pelo corpo funcional, pela adoção de inteligência analítica, por novas formas de atuar e novas tecnologias.

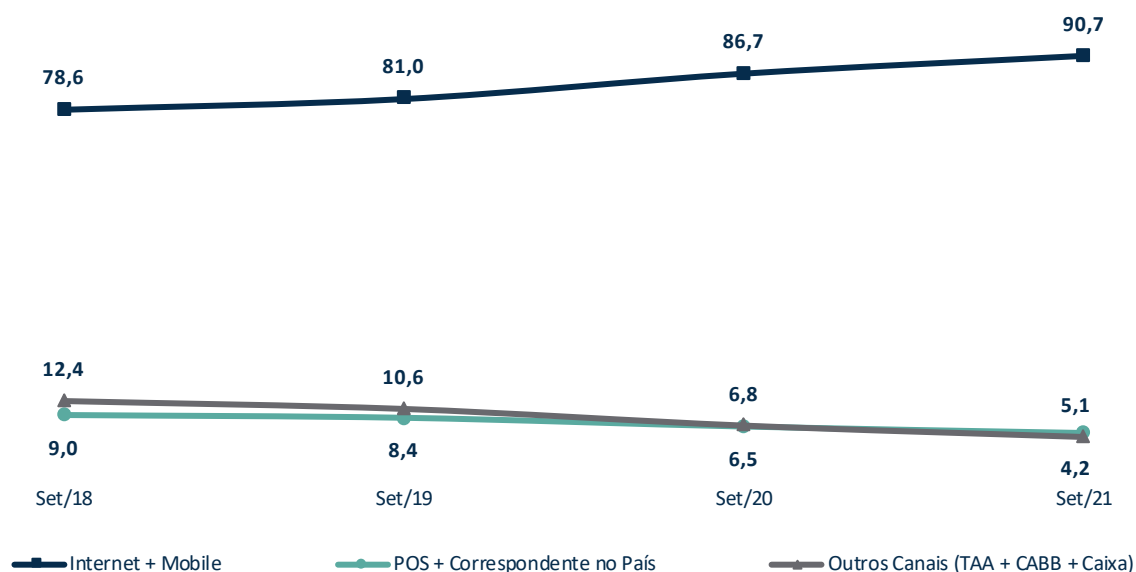
Desde dezembro de 2020, o BB disponibiliza a venda de gift cards no App, que são códigos de recargas para serviços digitais apreciados pelos nossos clientes. Eles funcionam como créditos pré-pagos online para serviços como Uber, Spotify, Xbox, Google Play, iFood, Tinder, plataformas de games, dentre outros Decathlon e McAfee são os dois novos conteúdos integrados no trimestre. Já são mais de um milhão gift cards comercializados nos 9 meses de 2021.

O App Banco do Brasil permaneceu como um dos mais bem avaliados da indústria financeira nas lojas de apps com avaliação de 4,6 no Google Play (avaliado por mais de 4,0 milhões de usuários) e 4,7 na Apple Store (2,2 milhões de avaliações), em uma escala com pontuação máxima de 5 estrelas.

Seguindo a tendência de adoção dos canais digitais iniciada em 2020, o BB alcançou ao final deste terceiro trimestre o número de 19,9 milhões de usuários no App. Deste total, 87,4% estão habilitados para transacionar: um crescimento de 13,1% em doze meses. Isso significa dizer que o cliente não apenas realiza consultas, ele compra, investe e faz suas transações financeiras no aplicativo do BB.

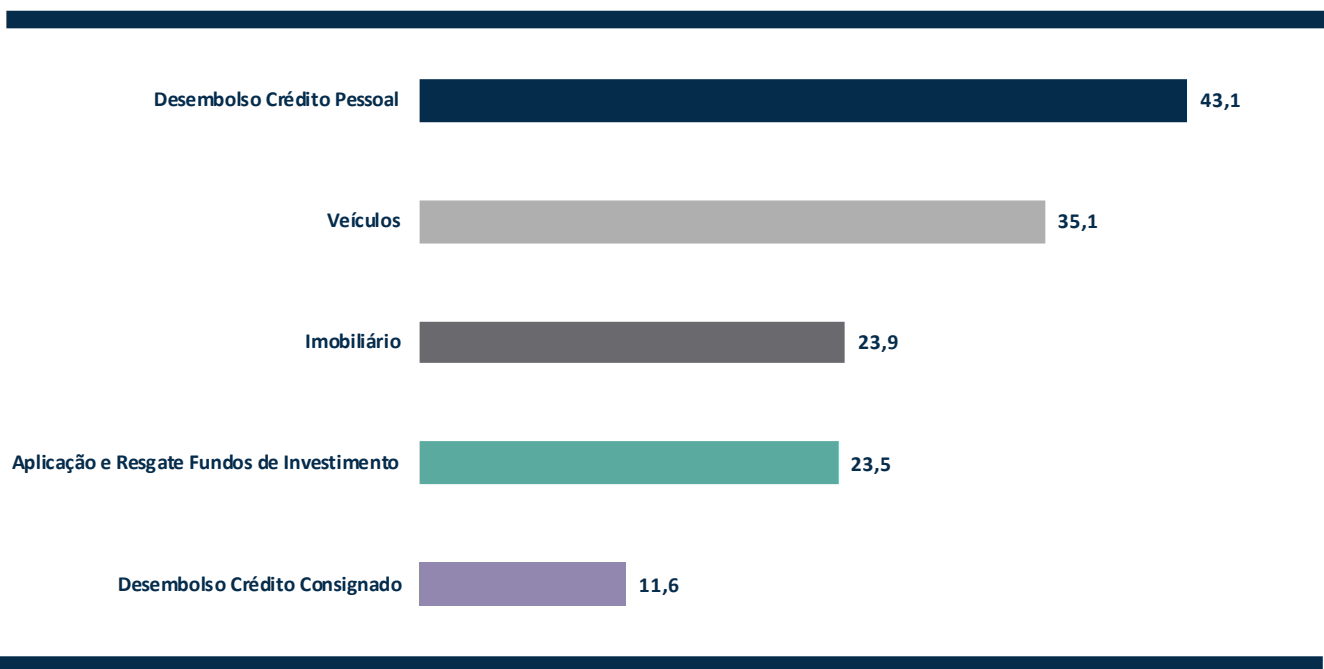
A migração de clientes para os canais digitais também resultou em aumento dos negócios realizados integralmente via digital. As plataformas digitais (internet e mobile) representaram 43,1% do desembolso em crédito pessoal; 11,6% do crédito consignado; 35,1% do crédito veículo e 23,9% do crédito imobiliário. Considerando o volume de aplicações e resgastes, foram 23,5% movimentados nos fundos de investimento.

Figura 11. Participação dos Canais de Atendimento nas Transações – %



O BB alcançou o número de 6,9 milhões de clientes nativos digitais, ou seja, que começaram o relacionamento com o Banco, por meio das plataformas digitais, inclusive pelo *wallet*, apresentou crescimento de 17,0% em doze meses.

Figura 12. Participação das Plataformas Digitais nas Operações Bancárias – %

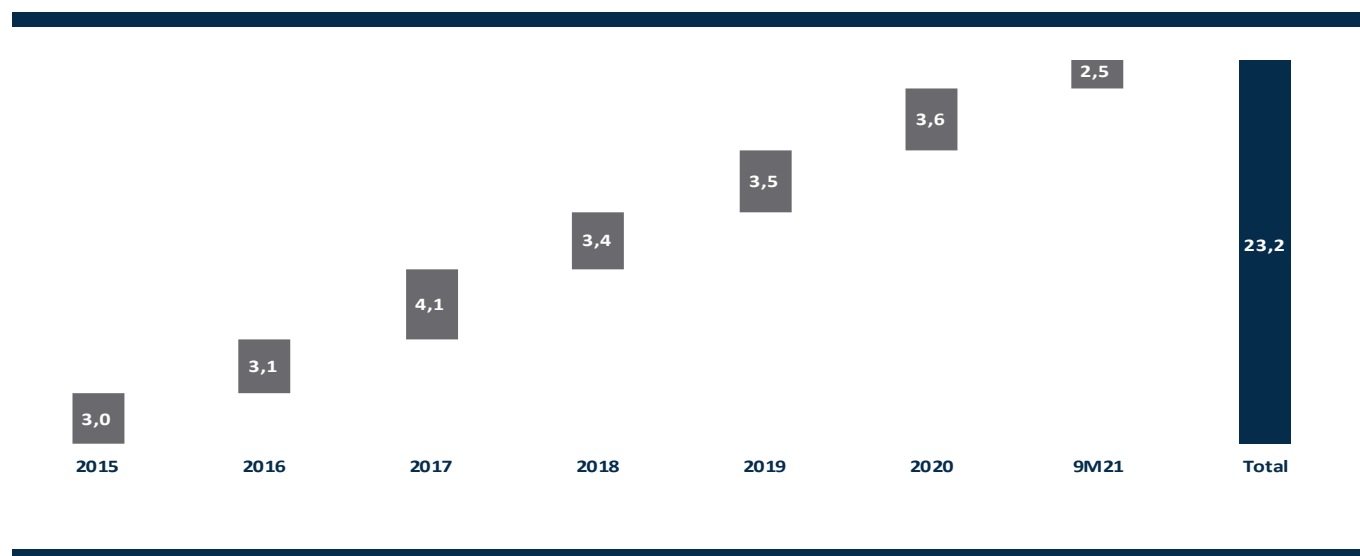


Investimentos em Tecnologia

O Banco do Brasil investe permanentemente em tecnologia com o objetivo de melhorar a eficiência operacional, reduzir as perdas operacionais, expandir os negócios e melhorar o atendimento ao cliente. Durante o período de 2015 até o 9M21 foi investido o montante de R\$ 23,2 bilhões.

Na próxima figura pode-se observar a série do total investido.

Figura 13. Investimentos em Tecnologia – R\$ bilhões



Open Banking

No decorrer do terceiro trimestre, o BB deu continuidade ao movimento de implementação do Open Banking, publicando as APIs relacionadas à implementação da Fase 2, por meio das quais é possível compartilhar informações de dados cadastrais e transacionais (de conta, cartão e operações de crédito). Ao todo são nove APIs dedicadas a troca de informações entre Instituições Financeiras, tendo como centro do processo o Cliente e a jornada do consentimento, indispensável ao estabelecimento desse novo modelo de atuação. Tudo isso permeado por rígidos requisitos de segurança que garantem a integridade da comunicação entre as instituições participantes, da autenticação dos clientes e das informações que passam a transitar nesse novo ecossistema.

Além da preparação da infraestrutura para atendimento ao regulatório, o Banco do Brasil continuou a abordagem aos nossos clientes com informações sobre o Open Banking e como ele tem o potencial de transformar o relacionamento entre o Banco e o Cliente, dado o empoderamento que o cliente terá.

De maneira a manter-se conforme, do ponto de vista regulatório, o BB se mantém ativo nos diversos

APIs Negociais

O Portal do desenvolvedor, reformulado ao final de 2020, permite uma jornada digital de ponta a ponta para a integração, incluindo ambiente de teste das soluções, além de conectar o público desenvolvedor, mantendo ativa uma comunidade que contribui para a construção e melhoria dos nossos serviços. Atualmente, o BB conta com 3 APIs negociais para consumo via Portal do Desenvolvedor: Cobrança, PIX e Pix Arrecadação Integrada.

fóruns estabelecidos para a discussão e detalhamento dos normativos relacionados ao Open Banking dentro da Febraban e da Convenção do Open Banking.

Atualmente o foco está na implementação da Fase 3, lançada em 29/10 e cujo último ciclo de lançamento se encerra apenas em fevereiro/2022, que endereça a operacionalização da iniciação de transação de pagamento por meio do arranjo PIX, seja no papel de instituição detentora de conta, seja como prestador de serviço como iniciador de transação de pagamento, e nas discussões de implementação da Fase 4, prevista para ocorrer em 15/12/2021.

Dado o escopo dessa nova fase, o BB vem trabalhando em conjunto com as empresas do conglomerado para disponibilizar os dados requeridos, de maneira a ofertar ao público informações sobre câmbio, seguros, previdência, capitalização, investimentos e credenciamento em arranjos de pagamento.

Além dessas, por meio do nosso Portal *Developers* o cliente pode acessar as APIs regulatórias (ou Open Data – Canais de Atendimento e Produtos e Serviços), através de *link* que direciona para o portal Open Banking Brasil.

No terceiro trimestre, tivemos 15 APIs negociais integradas e com chamadas. A redução na quantidade de APIs com chamadas ocorreu em virtude da revisão do portfólio disponível para integração comercial.

Tabela 7. Quantidade de Parceiros e APIs

Indicador Quantidade de Parceiros e APIs	Set/20	Dez/20	Mar/21	Jun/21	Set/21
APIs com Chamadas em Produção	13	17	16	16	15
APIs Regulatórias	-	-	2	4	13
Parceiros com Chamadas em Produção	163	307	653	1.332	2.548
Parceiros em Teste	100	273	726	946	1.343

PIX

A crescente importância dos meios de pagamentos eletrônicos no Brasil contribui para a consolidação do Pix, o sistema de pagamentos instantâneos com a adesão mais rápida no mundo.

Segundo último relatório divulgado pelo Bacen no início de outubro, referente aos meses de janeiro a julho, o Sistema de Pagamentos Instantâneos (SPI), responsável pela liquidação interbancária do Pix, manteve disponibilidade acima de 99,9% no período, com 99% das transações liquidadas em até 0,6 segundo.

O BB segue relevante no mercado, apresentando crescimento de 13,3% na quantidade de chaves

cadastradas no trimestre e de 12,5% na quantidade de clientes cadastrados. No mesmo período, o total de clientes cadastrado junto ao Bacen cresceu 11,5%. Do total movimentado no mercado no 3T21, R\$ 1,56 trilhão, segundo estatísticas Bacen, 26% transitou pelo BB, cujo volume recebido foi 8,3% superior ao enviado.

O Banco do Brasil está preparado para as novas funcionalidades que serão lançadas em breve, o Pix Saque e o Pix Troco, que permitirá ao cliente obter dinheiro em espécie junto ao lojista e facilitará a gestão do numerário nos estabelecimentos. Veja mais em www.bb.com.br/pix.

Conexão com Startups

Essas conexões podem ocorrer por meio de acordos comerciais, fornecimento ou investimento, no escopo do Programa Estratégico de Investimento em Startups. Para empresas centenárias como o BB, contar com a força competitiva de empresas de base tecnológica obcecadas em resolver as dores dos clientes superando suas expectativas é fundamental para aumentar a geração de valor para o cliente.

Posicionar o Banco do Brasil de forma relevante no ecossistema de startups por meio de inovação aberta

(desafios, demodays, acelerações e investimentos via corporate venture capital - CVC) é um movimento estratégico para melhorar a experiência dos clientes e acelerar a transformação digital na empresa.

Destaca-se ainda o programa de CVC do Banco do Brasil, que busca retorno financeiro, mas, primariamente, retorno estratégico. Com essa visão, foram definidas quatro verticais que são o foco do Banco no Brasil em seus investimentos: Govtechs, Fintechs, Agtechs e Experiência do Cliente, com foco

em mobile first e open banking. Hoje o BB possui investimentos em fundos da Astella Investimentos, Indicator Capital (IoT) e SP Ventures (Agro), contando ainda com a aprovação da constituição de dois fundos exclusivos, sendo um com foco em

Inteligência Artificial e Analítica

O propósito de utilizar a inteligência artificial no Banco do Brasil é potencializar a eficiência, simplificação e usabilidade dos processos, além de otimizar a tomada de decisão e promover engajamento com clientes, funcionários e demais partes interessadas. O objetivo é aumentar a capacidade humana de tomada de decisões, realização de negócios ou resolução dos desafios dos clientes.

investimentos de impacto e outro com foco nas verticais de investimento do programa.

Conheça mais sobre o Programa de Investimento em Startups no [Portal BB](#).

Figura 14. Jornada de Inteligência Artificial no BB



O BB iniciou em 2016 um centro de experimentação em inteligência artificial, que teve como foco no primeiro momento uma solução para uso dos funcionários. Tratava-se de um assunto complexo – renegociação de dívidas. Até aquele momento, o índice de atendimento resolutivo em primeiro contato (FCR) era de 70% para questionamentos envolvendo este tema. Após a implementação de um

assistente virtual para auxiliar os funcionários no atendimento, este índice subiu para 96%.

Este resultado nos deu uma dimensão do poder que a inteligência artificial poderia exercer sobre nossa capacidade de atendimento. Após avaliação, o Facebook foi o canal escolhido para que o BB pudesse interagir via *chatbot*, possibilitando não apenas o



teste da tecnologia como medir a aceitação dos usuários da rede social.

Em 2018, o BB expandiu a utilização dos *chatbots* no atendimento via Whatsapp, o que aumentou a escala de interações. Este contexto levou à criação de uma estrutura exclusiva para o ensino de inteligência artificial para *chatbots* – A Escola de Robô, hoje evoluída para Central de Atendimento Digital.

Conectada diretamente ao atendimento ao cliente, a estrutura abriga funcionários que detém a expertise em atendimento e ensinam ao assistente virtual tudo o que ele precisa saber para atender com agilidade e eficiência aos clientes do BB.

Nos anos de 2019 e 2020 o BB intensificou a experimentação em inteligência artificial direcionada ao processamento de voz, imagem e vídeo, especialmente com o atendimento por voz no *Google Assistant*.

Além de investir em interfaces para engajamento de clientes, o BB também está investindo em automação inteligente de processos. Neste ano, o BB implementou em grande escala uma solução de imagem que reconhece e extrai informações de documentos recebidos pelos clientes na abertura de conta corrente via *onboarding* digital.

O Centro de Aceleração, Pesquisa e Inovação em Inteligência Artificial do BB está organizado em *squads* multidisciplinares, modelo que gera sinergia entre as áreas de negócios, que participam diretamente da evolução das soluções inteligentes para seus clientes com os especialistas em IA que trabalham com autonomia e diversidade. Essa organização estimula um ambiente colaborativo e eleva o domínio de todos os envolvidos sobre Inteligência Artificial.

Além do Centro, a organização em times ágeis permite a transferência de conhecimento para as demais equipes de TI do Banco.

O objetivo é que, ao longo do tempo, as áreas sejam capazes de aplicar a Inteligência Artificial em todas as soluções possíveis do Banco, ao passo que o Centro se dedicará à pesquisa, estruturação de serviços e inovação.

No terceiro trimestre de 2021, as soluções de inteligência artificial ampliaram a adoção da tecnologia em cada vez mais áreas de negócio. Além de novas aplicações, as soluções já existentes têm evoluído constantemente permitindo aumentar a percepção de valor em diferentes pontos de contato com o cliente BB.

A automação de *backoffice* por Inteligência Artificial se manteve em constante evolução melhorando a eficiência operacional e a experiência do cliente. Neste trimestre, a exclusão de cheques sem fundo de nossos clientes passou a contar com um novo serviço de análise automatizada.

No Agronegócio, o monitoramento remoto por IA foi ampliado para safras de milho trazendo ganhos à fiscalização das operações rurais. E as demandas judiciais do BB passaram a dispor de análise semântica realizada por IA acelerando o processo e contribuindo para mitigar perdas.

O *onboarding* também ganhou celeridade. O processo de validação de documentos de identificação automatizada já está em uso pelos novos clientes participantes do piloto da solução.

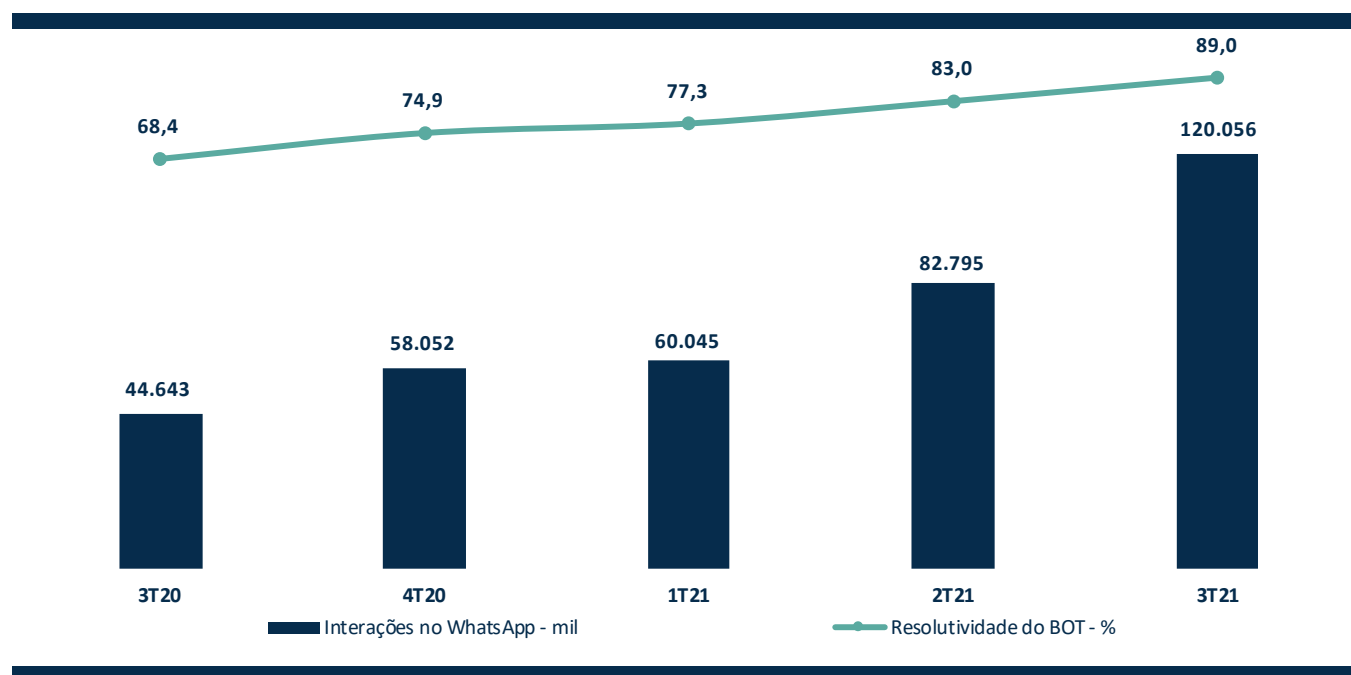
“OK Google, quero falar com o Banco do Brasil”. O nosso assistente virtual BB no *Google Assistant* incrementou suas capacidades com informações sobre Cartão de Crédito e consultas sobre datas, faturas e limites podem ser solicitadas com rapidez e comodidade por voz no canal.

Novos canais de comunicação se tornaram realidade: as realidades virtual e estendida do BB já estão nas mãos de nossos funcionários. A nossa Central de Notícias interna já conta com estrutura e conteúdo dedicado à realidade virtual e experiências imersivas para nossos funcionários e colaboradores.

Por fim, o WhatsApp se manteve como principal canal do Assistente Virtual BB e está cada vez mais

popular e efetivo. Foram mais de 120 milhões de interações no trimestre, um incremento de 45% em volume quando comparado ao trimestre anterior. Em torno de 89% das conversas com o assistente foram resolvidas sem intervenção humana e representaram seis pontos percentuais em resolutividade acima do realizado no 2T21.

Figura 15. Interações no WhatsApp X Resolutividade do Bot



Assistentes Virtuais

Os assistentes do BB prestam atendimento para pessoas físicas e jurídicas clientes ou não do Banco. Mais do que fornecer informações de benefícios sociais ou esclarecem dúvidas sobre produtos e serviços, os assistentes realizam transações como PIX, saldos, extratos, pagamentos de contas, boletos e impostos, transferências, consultas de limites e faturas do cartão, consulta a benefícios e auxílios governamentais, renegociação de dívidas, recargas de celular e bilhetes de transporte, pesquisa de agência do BB pela localização, informações de como aderir e

vantagens do Open Banking, além de informações para startups e desenvolvedores de software.

Os nossos assistentes são a inteligência artificial do Banco do Brasil em constante evolução e presentes no atendimento aos clientes e cidadãos brasileiros em canais digitais que o brasileiro já utiliza como WhatsApp, Google Assistente, Facebook, Twitter.

Além da possibilidade de o cliente começar uma conversa, o BB está usando o recurso conhecido como WhatsApp Ativo. Por meio dele, o Banco do



Brasil envia uma mensagem ao cliente e o assistente virtual começa a conversa a partir daí. Já foram enviadas mensagens sobre crédito pessoal, ofertas e alertas de cartão de crédito, informações sobre o Open Banking, boas-vindas após aquisição de um produto, e felicitações para os clientes aniversariantes, dentre outras iniciativas.

O foco é tornar o assistente virtual cada vez mais humanizados e resolutivo. Além da melhoria contínua da curadoria dos conteúdos, com investimentos em treinamentos e aperfeiçoamento dos funcionários, foi desenvolvido a utilização de botões e mídias de imagens e vídeos nas conversas, para assim torná-las mais assertivas. Sabendo o hábito dos brasileiros de enviar mensagens de voz, também foi aperfeiçoada a

conversão de áudio em texto e garantir uma boa interpretação da inteligência artificial. Na prática, o cliente pode mandar um áudio pedindo para realizar um PIX, por exemplo, que a transação será realizada no próprio Whatsapp com toda segurança de autenticação do cliente por meio das credenciais e senha, como já acontece nos outros canais digitais.

Com isso, o número de clientes com acesso aos assistentes virtuais cresceu sensivelmente e atingimos mais de sete milhões de clientes atendidos em quase 130 milhões de interações e 16 milhões de atendimentos, isso só no Whatsapp, canal instalado em 99% dos celulares do Brasil. Os demais canais somados representam menos de 5% do total de acionamentos dos assistentes virtuais.

Inteligência Analítica

O Banco do Brasil continua investindo no desenvolvimento de uma cultura analítica e ciência de dados, priorizando iniciativas estratégicas com foco em agronegócios, melhoria da experiência dos clientes, eficiência operacional, canais de atendimento e serviços suportados integralmente por análise de dados.

As ações relacionadas à escalada do conhecimento e elevação da maturidade analítica se ampliaram no terceiro trimestre, alcançando 1.575 formações em Business Analytics, Ciência e Engenharia de dados, entre outras, nos diversos níveis da organização