



## Sumário do Resultado

O Banco do Brasil registrou lucro líquido ajustado de R\$ 5,9 bilhões no 4T21, aumento de 15,4% frente ao 3T21 e acréscimo de 60,5% em relação ao 4T20. O RSPL do trimestre anualizado alcançou 16,6%.

Na comparação com o 3T21, o resultado foi influenciado pelo desempenho positivo das receitas de prestação de serviços que cresceram 5,2%, e pela redução de 22,3% em risco legal.

No ano o BB registrou lucro líquido ajustado de R\$ 21,0 bilhões, elevação de 51,4% se comparado com o ano passado. Esse acréscimo deve-se principalmente pela estabilidade das despesas administrativas, a redução da PCLD ampliada em 40,2% e aumento da margem financeira bruta e das receitas de prestação de serviços em 4,9% e 2,2% respectivamente. O RSPL anualizado alcançou 15,8%.



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

	4T20	3T21	4T21	Var. %		2020	2021	Var. %
				4T20	3T21			
<b>Margem Financeira Bruta</b>	<b>14.164</b>	<b>15.641</b>	<b>14.801</b>	<b>4,5</b>	<b>(5,4)</b>	<b>56.539</b>	<b>59.305</b>	<b>4,9</b>
<b>PCLD Ampliada</b>	<b>(5.157)</b>	<b>(3.924)</b>	<b>(3.790)</b>	<b>(26,5)</b>	<b>(3,4)</b>	<b>(21.923)</b>	<b>(13.108)</b>	<b>(40,2)</b>
PCLD - Risco de Crédito	(6.567)	(5.512)	(5.246)	(20,1)	(4,8)	(25.561)	(17.884)	(30,0)
PCLD - Recuperação de Crédito	1.901	2.213	1.950	2,6	(11,9)	7.359	7.808	6,1
PCLD - Descontos Concedidos	(325)	(401)	(307)	(5,5)	(23,3)	(1.086)	(2.135)	96,5
PCLD - Perdas por Imparidade	(166)	(224)	(188)	13,3	(16,3)	(2.635)	(897)	(66,0)
<b>Margem Financeira Líquida</b>	<b>9.007</b>	<b>11.717</b>	<b>11.010</b>	<b>22,2</b>	<b>(6,0)</b>	<b>34.616</b>	<b>46.198</b>	<b>33,5</b>
<b>Receitas de Prestação de Serviços</b>	<b>7.389</b>	<b>7.438</b>	<b>7.822</b>	<b>5,9</b>	<b>5,2</b>	<b>28.702</b>	<b>29.343</b>	<b>2,2</b>
<b>Despesas Administrativas</b>	<b>(8.128)</b>	<b>(7.915)</b>	<b>(8.517)</b>	<b>4,8</b>	<b>7,6</b>	<b>(31.583)</b>	<b>(32.026)</b>	<b>1,4</b>
<b>Risco Legal<sup>1</sup></b>	<b>(1.760)</b>	<b>(1.696)</b>	<b>(1.318)</b>	<b>(25,1)</b>	<b>(22,3)</b>	<b>(4.207)</b>	<b>(6.264)</b>	<b>48,9</b>
<b>Outros Componentes do Resultado<sup>2</sup></b>	<b>(2.065)</b>	<b>(1.186)</b>	<b>(231)</b>	<b>(88,8)</b>	<b>(80,5)</b>	<b>(7.272)</b>	<b>(5.898)</b>	<b>(18,9)</b>
<b>Resultado Antes da Trib. s/ o Lucro</b>	<b>4.443</b>	<b>8.359</b>	<b>8.766</b>	<b>97,3</b>	<b>4,9</b>	<b>20.256</b>	<b>31.352</b>	<b>54,8</b>
<b>Imposto de Renda e Contribuição Social</b>	<b>22</b>	<b>(2.189)</b>	<b>(1.609)</b>	<b>-</b>	<b>(26,5)</b>	<b>(3.093)</b>	<b>(6.080)</b>	<b>96,6</b>
<b>Participações Estatutárias no Lucro</b>	<b>(398)</b>	<b>(633)</b>	<b>(733)</b>	<b>84,1</b>	<b>15,7</b>	<b>(1.702)</b>	<b>(2.645)</b>	<b>55,4</b>
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>3.695</b>	<b>5.139</b>	<b>5.930</b>	<b>60,5</b>	<b>15,4</b>	<b>13.884</b>	<b>21.021</b>	<b>51,4</b>
<b>Itens Extraordinários</b>	<b>(496)</b>	<b>(530)</b>	<b>(578)</b>	<b>16,6</b>	<b>9,2</b>	<b>(1.186)</b>	<b>(1.311)</b>	<b>10,5</b>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>3.199</b>	<b>4.609</b>	<b>5.352</b>	<b>67,3</b>	<b>16,1</b>	<b>12.697</b>	<b>19.710</b>	<b>55,2</b>
RSPL Mercado - %	12,1	14,3	16,6			12,0	15,8	
RSPL Ajustado - %	10,8	14,3	16,3			10,4	14,8	
RSPL Acionista - %	12,9	15,1	17,5			12,9	16,8	

(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'.



# Resultado Estrutural

Tabela 2. Resultado Estrutural – R\$ milhões

	4T20	3T21	4T21	Var. %		2020	2021	Var. %
				4T20	3T21			
<b>Receitas Operacionais Totais</b>	<b>23.714</b>	<b>26.408</b>	<b>26.320</b>	<b>11,0</b>	<b>(0,3)</b>	<b>93.159</b>	<b>99.951</b>	<b>7,3</b>
<b>Receitas Operacionais</b>	<b>23.402</b>	<b>25.268</b>	<b>25.207</b>	<b>7,7</b>	<b>(0,2)</b>	<b>92.723</b>	<b>96.842</b>	<b>4,4</b>
Margem Financeira Bruta	14.164	15.641	14.801	4,5	(5,4)	56.539	59.305	4,9
Receitas de Prestação de Serviços	7.389	7.438	7.822	5,9	5,2	28.702	29.343	2,2
Res. de Part. em Controladas, Coligadas e JV	939	851	850	(9,5)	(0,1)	3.110	3.246	4,3
Outras Receitas Operacionais	910	1.338	1.734	90,7	29,6	4.372	4.948	13,2
<b>Previ - Plano de Benefícios 1</b>	<b>(123)</b>	<b>698</b>	<b>698</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(526)</b>	<b>1.627</b>	<b>-</b>
<b>Previ - Atualização de Fundo Utilização</b>	<b>435</b>	<b>442</b>	<b>415</b>	<b>(4,6)</b>	<b>(6,2)</b>	<b>962</b>	<b>1.482</b>	<b>54,0</b>
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	<b>(14.110)</b>	<b>(14.189)</b>	<b>(13.775)</b>	<b>(2,4)</b>	<b>(2,9)</b>	<b>(51.135)</b>	<b>(55.737)</b>	<b>9,0</b>
<b>Despesas Administrativas</b>	<b>(8.128)</b>	<b>(7.915)</b>	<b>(8.517)</b>	<b>4,8</b>	<b>7,6</b>	<b>(31.583)</b>	<b>(32.026)</b>	<b>1,4</b>
Despesas de Pessoal	(5.060)	(5.000)	(5.261)	4,0	5,2	(19.973)	(20.210)	1,2
Outras Despesas Administrativas	(3.068)	(2.915)	(3.256)	6,1	11,7	(11.610)	(11.816)	1,8
<b>Despesas Tributárias</b>	<b>(1.469)</b>	<b>(1.534)</b>	<b>(1.314)</b>	<b>(10,5)</b>	<b>(14,3)</b>	<b>(5.347)</b>	<b>(5.717)</b>	<b>6,9</b>
<b>Risco Legal</b>	<b>(1.760)</b>	<b>(1.696)</b>	<b>(1.318)</b>	<b>(25,1)</b>	<b>(22,3)</b>	<b>(4.207)</b>	<b>(6.264)</b>	<b>48,9</b>
<b>Outras Provisões</b>	<b>(101)</b>	<b>(16)</b>	<b>92</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(320)</b>	<b>(63)</b>	<b>(80,2)</b>
<b>Outras Despesas Operacionais</b>	<b>(2.653)</b>	<b>(3.029)</b>	<b>(2.717)</b>	<b>2,4</b>	<b>(10,3)</b>	<b>(9.678)</b>	<b>(11.666)</b>	<b>20,5</b>
<b>Resultado Não Operacional</b>	<b>(3)</b>	<b>64</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>(82,0)</b>	<b>155</b>	<b>246</b>	<b>58,8</b>
<b>Resultado Estrutural</b>	<b>9.601</b>	<b>12.283</b>	<b>12.556</b>	<b>30,8</b>	<b>2,2</b>	<b>42.179</b>	<b>44.460</b>	<b>5,4</b>

## Margem Financeira Bruta

No 4T21, a Margem Financeira Bruta (MFB) totalizou R\$ 14,8 bilhões, crescimento de 4,5% na comparação anual (4T21/4T20) e redução de 5,4% na comparação trimestral (4T21/3T21). No acumulado (2021/2020), a MFB cresceu 4,9% totalizando R\$ 59,3 bilhões, próximo ao centro das Projeções Corporativas de 2021.

Na visão trimestral, a variação negativa é explicada pelo aumento de 34,5% (-R\$ 3,0 bilhões) das despesas financeiras, sendo +43,9% em captação comercial e +10,0% em captação institucional, e pela redução de 12,6% (-R\$ 0,7 bilhões) das receitas de tesouraria, parcialmente compensada pelo

crescimento de 14,8% (+R\$ 2,8 bilhões) da receita financeira de operações de crédito.

Na visão acumulada, a variação positiva é explicada pelo aumento de 13,6% das receitas financeiras (+10,5% em receitas de operações de crédito e +31,5% em receitas de tesouraria), e pela redução de 5,5% das despesas de captação institucional. Cabe ressaltar também o aumento de 62,0% das despesas financeiras de captação comercial, com impacto negativo sobre a MFB, movimento explicado principalmente pela elevação da Taxa Média Selic (TMS).

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

	4T20	3T21	4T21	Var. %		2020	2021	Var. % 2020
				4T20	3T21			
<b>Margem Financeira Bruta</b>	<b>14.164</b>	<b>15.641</b>	<b>14.801</b>	<b>4,5</b>	<b>(5,4)</b>	<b>56.539</b>	<b>59.305</b>	<b>4,9</b>
Receita Financeira de Operações de Crédito	17.105	19.169	22.002	28,6	14,8	69.221	76.479	10,5
Despesa Financeira de Captação Comercial	(3.062)	(6.328)	(9.105)	197,4	43,9	(14.340)	(23.224)	62,0
Despesa Financeira de Captação Institucional <sup>1 3</sup>	(2.572)	(2.409)	(2.650)	3,0	10,0	(10.463)	(9.889)	(5,5)
Resultado de Tesouraria <sup>2 3</sup>	2.693	5.209	4.554	69,1	(12,6)	12.120	15.940	31,5
<b>Spread Global - %<sup>3</sup></b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>	<b>3,5</b>					
<b>Spread Ajustado pelo Risco - %</b>	<b>2,3</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>					

(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\$ 3,8 bilhões no 4T21. No ano, a PCLD ampliada foi de R\$ 13,1 bilhões, redução de 40,2% na comparação com 2020.

Abaixo, detalham-se os comportamentos das linhas que compõem o indicador:

**Tabela 4.** PCLD Ampliada – R\$ milhões

	4T20	3T21	4T21	Var. %		2020	2021	Var. %
				4T20	3T21			
<b>PCLD Ampliada</b>	<b>(5.157)</b>	<b>(3.924)</b>	<b>(3.790)</b>	<b>(26,5)</b>	<b>(3,4)</b>	<b>(21.923)</b>	<b>(13.108)</b>	<b>(40,2)</b>
PCLD - Risco de Crédito	(6.567)	(5.512)	(5.246)	(20,1)	(4,8)	(25.561)	(17.884)	(30,0)
PCLD - Recuperação de Crédito	1.901	2.213	1.950	2,6	(11,9)	7.359	7.808	6,1
PCLD - Descontos Concedidos	(325)	(401)	(307)	(5,5)	(23,3)	(1.086)	(2.135)	96,5
PCLD - Perdas por Imparidade	(166)	(224)	(188)	13,3	(16,3)	(2.635)	(897)	(66,0)

**Risco de Crédito:** Redução trimestral de 4,8%, em linha com a redução do risco médio da Carteira de Crédito.

**Recuperação de Crédito:** Redução trimestral de 11,9% e crescimento anual de 6,1%, refletindo a boa condução das cobranças de crédito.

**Descontos Concedidos:** Redução trimestral de 23,3% e expansão no ano de 96,5%, influenciado, entre outros, pelas estratégias de negociação associadas a ativos problemáticos.

**Perdas por Imparidade:** Redução trimestral de 16,3% e de 66,0% na comparação com 2020.

## Receitas de Prestação de Serviços

As receitas de prestação de serviços somaram R\$ 7,8 bilhões no 4T21, aumento de 5,2% na comparação com o trimestre anterior, com destaque para o desempenho de cartão de crédito/débito (+11,0%), consórcios (+9,3%), operações de crédito e garantias (+20,6%) e rendas do mercado de capitais (+81,9%).

Na visão anual, o crescimento de 2,2%, superior ao intervalo das projeções corporativas, foi influenciado pelo desempenho comercial nos segmentos de administração de fundos (+8,8%), seguridade (+10,7%), e consórcios (+29,2%), que mais do que compensaram a redução apresentada nas receitas com conta corrente (-17,2%).

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

	4T20	3T21	4T21	Var. %		2020	2021	Var. %
				4T20	3T21			
<b>Receitas de Prestação de Serviços</b>	<b>7.389</b>	<b>7.438</b>	<b>7.822</b>	<b>5,9</b>	<b>5,2</b>	<b>28.702</b>	<b>29.343</b>	<b>2,2</b>
Administração de Fundos	1.763	1.990	1.978	12,2	(0,6)	6.859	7.460	8,8
Conta Corrente	1.862	1.536	1.522	(18,3)	(0,9)	7.524	6.231	(17,2)
Seguros, Previdência e Capitalização	1.046	1.145	1.164	11,2	1,7	3.985	4.412	10,7
Cartão de Crédito/Débito	501	526	584	16,5	11,0	2.033	2.136	5,1
Operações de Crédito e Garantias Prestadas	449	441	532	18,7	20,6	1.640	1.781	8,6
Consórcio	387	477	521	34,8	9,3	1.401	1.810	29,2
Cobrança	384	360	371	(3,5)	3,0	1.395	1.458	4,5
Arrecadações	246	249	254	3,1	2,1	967	988	2,2
Subsidiárias/Controladas no Exterior	184	191	220	19,5	15,6	713	777	9,0
Processamento de Convênios	158	172	178	13,0	3,7	621	695	11,9
Rendas do Mercado de Capitais	151	86	156	3,4	81,9	506	436	(13,7)
Tesouro Nacional e Adm. de Fundos Oficiais	95	91	92	(3,1)	1,4	385	366	(4,8)
Serviços de Comércio Exterior	70	70	65	(6,7)	(7,1)	295	270	(8,3)
Demais	92	105	183	99,9	74,8	379	523	37,9

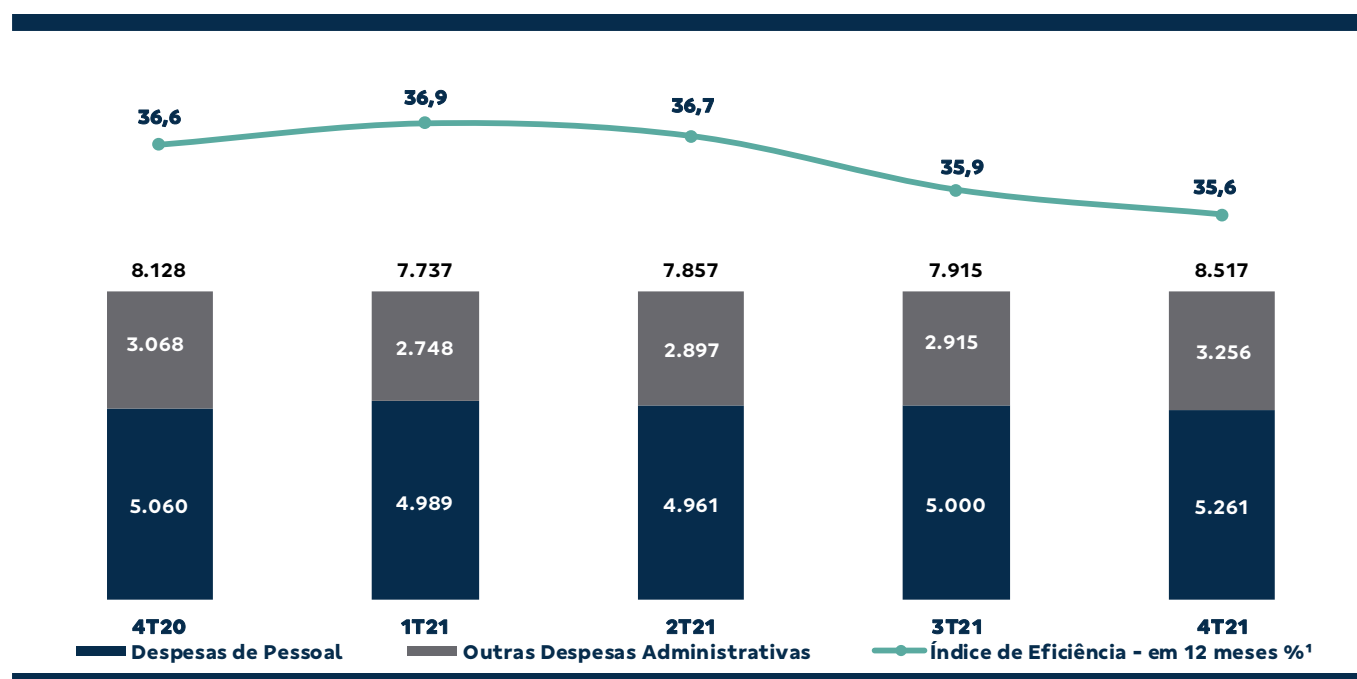
# Despesas Administrativas e Índice de Eficiência

No 4T21 as despesas administrativas totalizaram R\$ 8,5 bilhões, alta de 7,6% em relação ao trimestre anterior. A expansão foi motivada pelo crescimento das outras despesas administrativas (+11,7%) principalmente, com serviços de terceiros e serviços de vigilância, segurança e transporte, e pela elevação das despesas de pessoal, devido ao reajuste salarial concedido no Acordo Coletivo de Trabalho 2020/2022.

Na comparação anual, as despesas aumentaram 1,4%, mantendo-se dentro do intervalo das projeções corporativas.

O índice de eficiência acumulado em 12 meses alcançou 35,6%, 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.

Em dezembro de 2021, o índice de Basileia foi de 17,76% e o índice de capital nível I de 15,16%, sendo 11,94% de capital principal.

Figura 2. Basileia - %

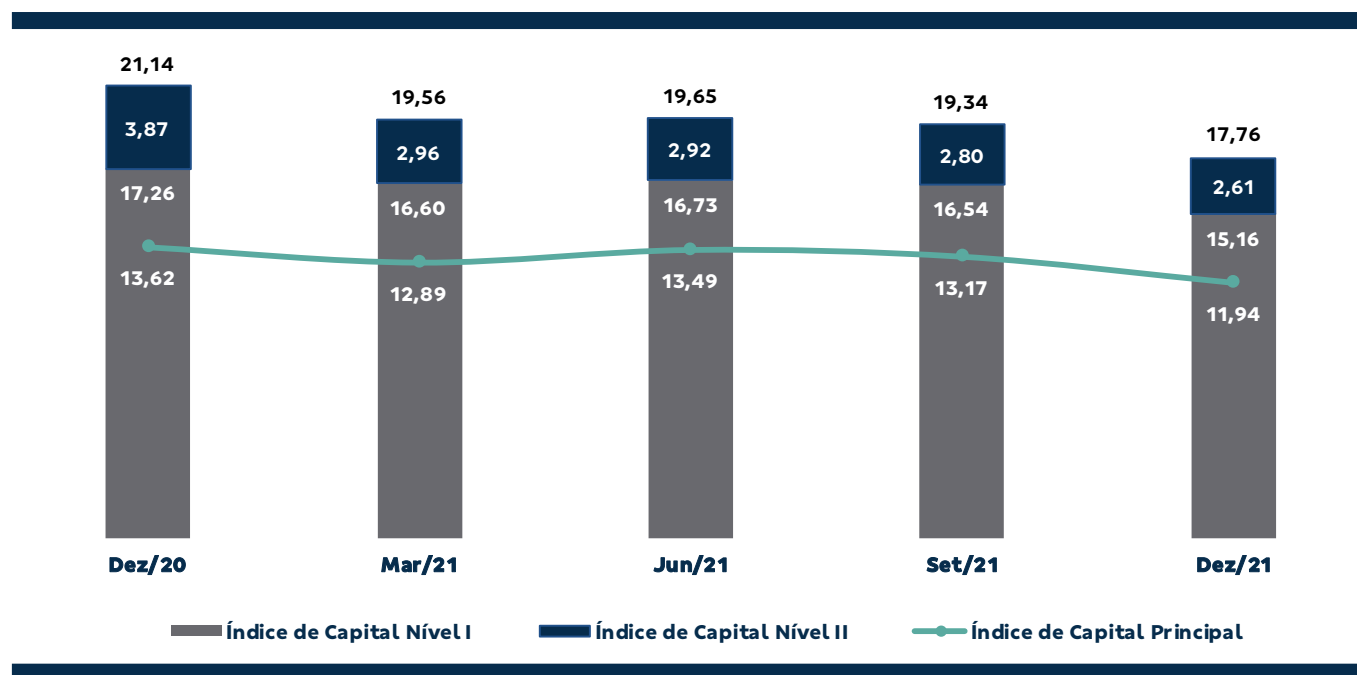
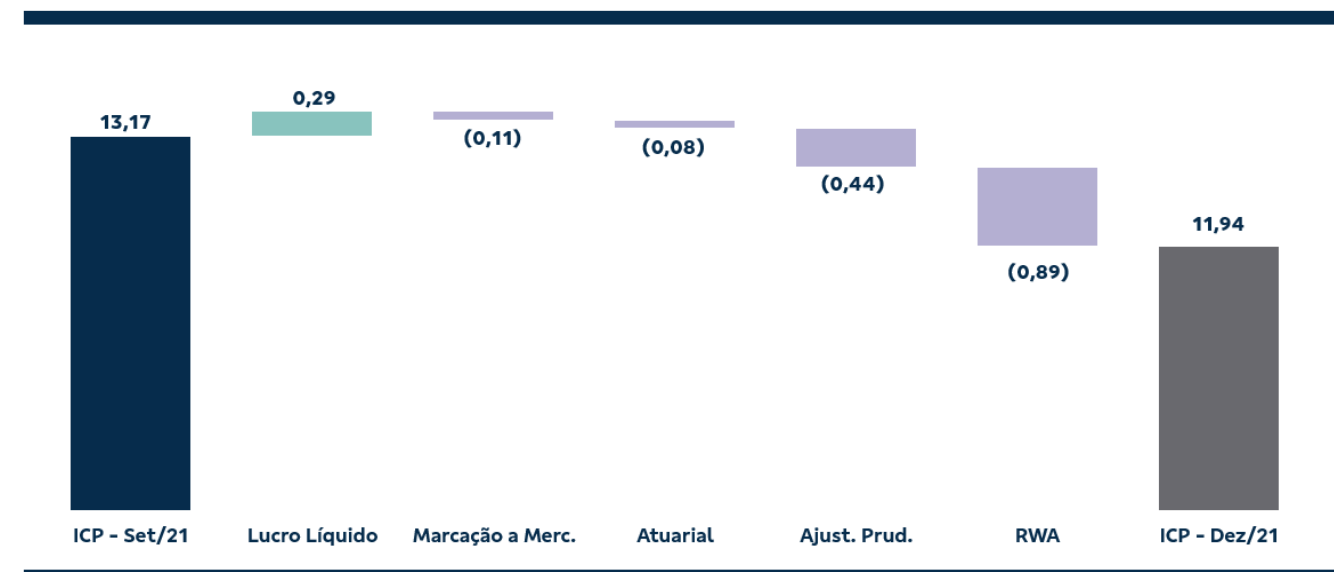


Figura 3. Movimentação no Índice de Capital Principal (ICP) - %





# Carteira de Crédito

Carteira de Crédito Ampliada, que inclui, além da Carteira Classificada, TVM privados e garantias, totalizou R\$ 874,9 bilhões em dezembro/21, crescimento de 7,4% na comparação com setembro/21.

Na comparação com dezembro/20 o crescimento foi de 17,8%. Em ambos os períodos de comparação foi observado crescimentos robustos em todos os segmentos.

A carteira Pessoa Física cresceu 4,5% frente a setembro/21, influenciada pela performance positiva no crédito consignado (+2,1%), bem como no cartão de crédito (+20,4%) e no empréstimo pessoal (+6,4%), alinhada à estratégia de mudança de mix da carteira.

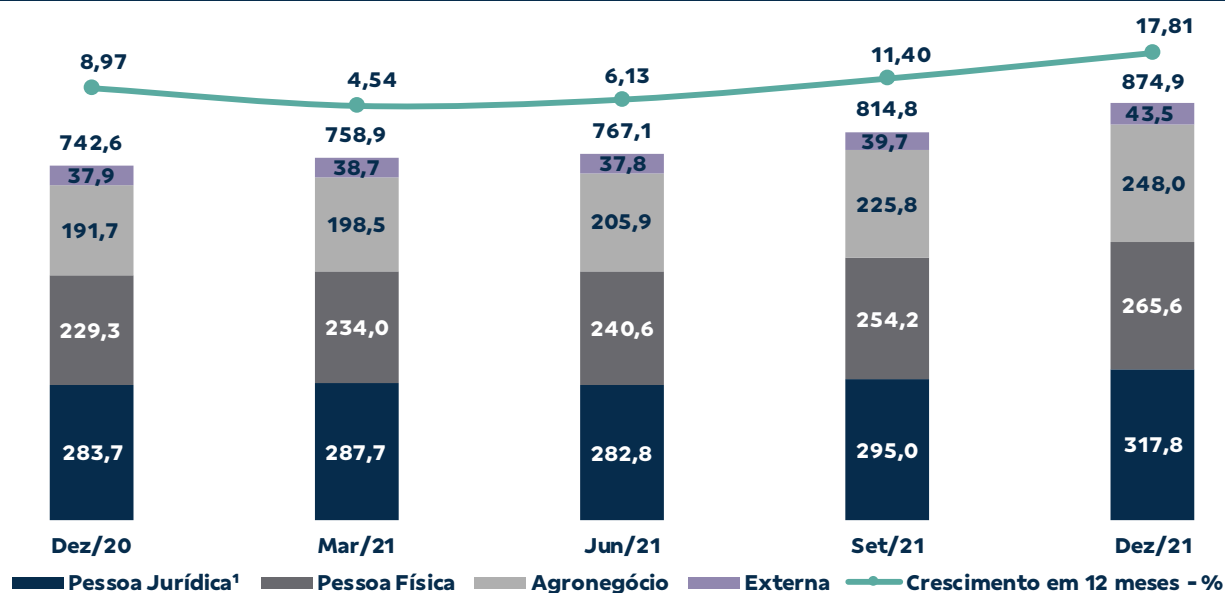
Na Pessoa Jurídica houve crescimento trimestral de 7,7%. Destaque para o crescimento de TVM privados

e garantias (+32,0%) e recebíveis (+30,7%).

No Agronegócio a carteira cresceu 9,9%, na comparação com setembro/21, com destaque para o custeio agropecuário (+14,3%), para as linhas de investimento e comercialização agropecuária, (+22,0% e +9,7%, respectivamente) e industrialização (+9,1%). Os títulos do agronegócio também tiveram performance positiva, principalmente o certificado de direitos creditórios do agronegócio (+61,2%).

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 técnico e capilaridade nacional.

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

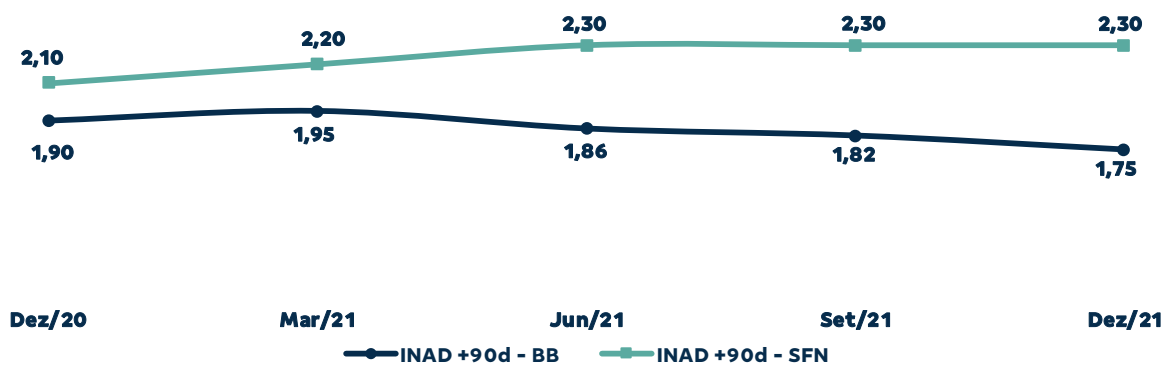


(1) Série reprocessada.

## Qualidade do Crédito

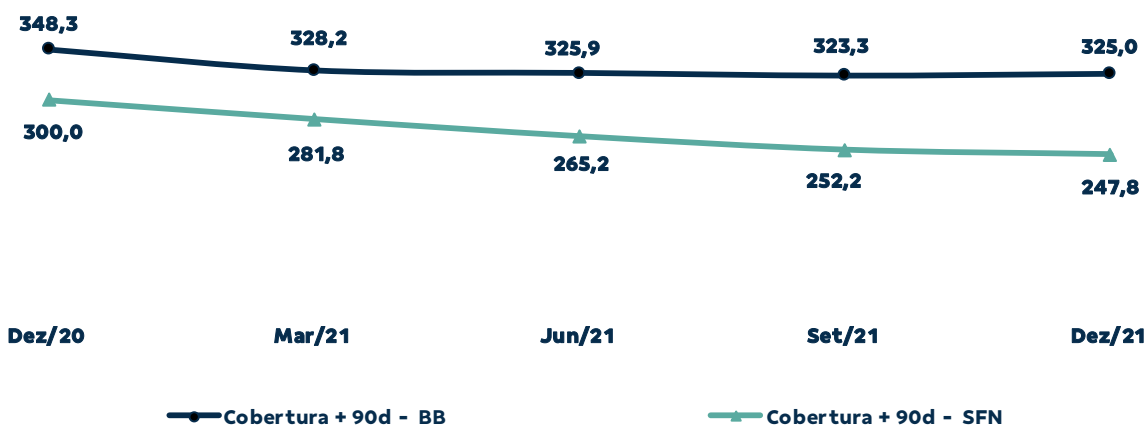
O índice de inadimplência INAD+90d (relação entre as operações vencidas há mais de 90 dias e o saldo da carteira de crédito classificada) mostrou redução frente a setembro/21, atingindo 1,75% em dezembro/21, permanecendo inferior à do sistema financeiro nacional.

Figura 5. Inad +90d – %



O índice de cobertura saiu de 323,3% em setembro/21 para 325,0% em dezembro/21.

Figura 6. Cobertura<sup>1</sup> – %



(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

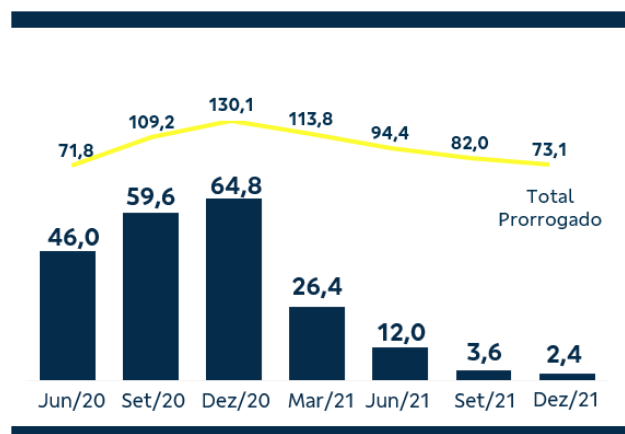
Diante do cenário de incertezas trazido pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19), o Banco do Brasil tem atuado para prover suporte aos clientes com seriedade, rapidez e segurança, ao mesmo tempo em que fortalece seu compromisso com a sociedade, pela adoção de ações que buscam minimizar os efeitos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

### Créditos Prorrogados

Com as liquidações e amortizações ocorrendo em linha com o esperado, o saldo atual da carteira composta por operações que, no decorrer de sua vigência, contaram com alguma prorrogação no âmbito das medidas enfrentamento à pandemia em 2020 atingiu R\$ 73,1 bilhões em dezembro/2021, dos quais apenas R\$ 2,4 bilhões permanecem sob carência. Desse montante, 91,4% 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 3,36%, enquanto a acima de 90 dias foi de 2,05%. Além disso, 73,5% das operações estão atreladas a garantias. O tempo médio de

relacionamento dos clientes que prorrogaram operações é de 17,7 anos.

Figura 7. Prorrogações em Carência – R\$ bilhões





# Projeções Corporativas

## Projeções Corporativas 2021

Apresentamos as projeções 2021 comparadas ao observado no período:

Tabela 6. Projeções corporativas para 2021

	Projeções 2021	Observado 2021
Lucro Líquido Ajustado - R\$ bilhões	19,0 a 21,0	21,0
Margem Financeira Bruta - %	4,0 a 6,0	4,9
Carteira de Crédito <sup>1</sup> - %	14,0 a 16,0	19,1
Negócios Varejo <sup>2</sup> - %	12,5 a 14,5	15,4
Atacado PJ <sup>3</sup> - %	0,0 a 2,0	8,6
Rural - %	29,0 a 31,0	34,3
Receitas de Prestação de Serviços - %	-1,5 a 1,5	2,2
Despesas Administrativas - %	-1,5 a 1,5	1,4
PCLD Ampliada - R\$ bilhões	-15,0 a -13,0	-13,1

(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

Em 2021, os seguintes indicadores apresentaram desvio em relação ao esperado para o ano:

- Carteira de Crédito:** crescimento influenciado pelo desempenho positivo em todas as carteiras;
- Varejo:** crescimento devido ao desempenho positivo do crédito pessoal e cartão de crédito na pessoa física e da carteira MPME, por meio do Pronampe;
- Carteira Atacado PJ:** desempenho influenciado pela antecipação da demanda por crédito das empresas, com destaque para as operações de TVM;
- Rural:** performance influenciada pela demanda crescente do produtor rural;
- Receitas de Prestação de Serviços:** crescimento influenciado pelo bom desempenho comercial nos produtos de seguridade, consórcios e administração de fundos.

## Projeções Corporativas 2022

Para as projeções corporativas de 2022, as aberturas das carteiras de crédito foram alteradas, refletindo a visão utilizada em todo documento Análise do Desempenho: Pessoas Físicas, Empresas e Agronegócio.

Tabela 7. Projeções corporativas para 2022

	Observado 2021	Projeções 2022
<b>Lucro Líquido Ajustado - R\$ bilhões</b>	<b>21,0</b>	<b>23,0 a 26,0</b>
<b>Margem Financeira Bruta - %</b>	<b>4,9</b>	<b>11,0 a 15,0</b>
<b>Carteira de Crédito<sup>1</sup> - %</b>	<b>19,1</b>	<b>8,0 a 12,0</b>
Pessoas Físicas - %	15,8	10,0 a 14,0
Empresas <sup>2</sup> - %	13,8	3,0 a 7,0
Agronegócios - %	29,4	10,0 a 14,0
<b>Receitas de Prestação de Serviços - %</b>	<b>2,2</b>	<b>4,0 a 8,0</b>
<b>Despesas Administrativas - %</b>	<b>1,4</b>	<b>4,0 a 8,0</b>
<b>PCLD Ampliada - R\$ bilhões</b>	<b>-13,1</b>	<b>-16,0 a -13,0</b>

(1) Carteira de Crédito: considera a carteira classificada doméstica adicionada de TVM Privados e Garantias e não considera crédito a Governo; (2) Empresas: não considera crédito a Governo.

As projeções corporativas para 2022 foram elaboradas considerando as seguintes premissas:

### Premissas sob gestão da Administração

- Preservar o atual modelo de negócios;
- Otimização da alocação de capital;
- Foco no relacionamento, buscando ser o principal provedor de soluções, de forma a potencializar a experiência do cliente e o resultado do banco;
- Intensificação da Estratégia Digital;
- Ênfase na melhoria da eficiência operacional.

### Premissas que escapam a gestão da Administração

- Alterações regulatórias que possam impactar os negócios;
- Nível de atividade econômica doméstica e mundial;
- Preservação da atual arquitetura da política macroeconômica doméstica;
- Taxa de desemprego.



# Experiência do Cliente

A visão da estratégia 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, o que gera um Banco com produtos, serviços e assessoria altamente especializado.

O BB acredita que olhar para o cliente de uma forma 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 forma de relacionamento e atendimento aos clientes, indo além do core bancário.

No BB, o cliente conta com atendimento em todo Brasil, no canal que ele escolher. O Banco avançou na migração da estrutura de atendimento para modelos mais leves e mais eficientes, com destaque para o crescimento anual de 52,8% dos correspondentes bancários da Rede Mais BB. Tudo isso resulta em uma experiência integral nos canais e amplia a capilaridade, garantindo a melhor conveniência para os clientes.

Nos últimos anos, houve uma evolução significativa da migração das transações 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 complementaridade é necessária para que a experiência seja fluída tanto no autosserviço digital como no atendimento presencial ou no remoto.

## Pessoa Física

O BB ampliou o modelo de atendimento gerenciado para pessoas físicas em Escritórios Leves, direcionado para clientes com maturidade digital, aqueles que realizam as transações bancárias e de consumo preferencialmente nos canais digitais, buscando elevar a experiência e a fidelização desse público.

Nesse modelo, a interface predominante é digital e ocorre por meio de interações e trocas de mensagens instantâneas entre o gerente e o cliente, em ambiente logado na internet ou mobile, entregando-se mais conveniência e segurança, além de contribuir para melhorar a eficiência e a experiência do atendimento.

No segmento Private, onde o Banco atua há 17 anos, foi ampliada a especialização. Em 2021, sete escritórios Private passaram a ser dedicados ao nicho de megaprodutores rurais em toda a extensão do território brasileiro, totalizando oito unidades em operação atualmente.

## Empresas

O Banco do Brasil aprimorou, em 2021, as estruturas de atendimento para as Empresas, tanto no varejo, com agências especializadas, plataformas e polos empreendedores, que já atendem a mais de 2,5 milhões de clientes MPE, quanto no Atacado, com

uma nova abordagem aos clientes empresariais com faturamento entre R\$ 200 e R\$ 800 milhões.

Essa especialização permite avançar na 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, com assessoria em investimentos, soluções em cash management, comércio exterior e serviços oferecidos pelas empresas coligadas em cada setor em que atuam.

Para os clientes que operam no comércio internacional, foi lançada a solução de recebimento das exportações, tornando a plataforma mais robusta e completa, oferecendo rapidez e segurança em sua jornada internacional digital. Com isso, houve crescimento de 491% no número de clientes que utilizaram a Central de Câmbio para fechamento de contratos e 471% o número de operações finalizadas na ferramenta.

Além disso, o Banco reforçou o apoio para a atuação internacional dos clientes, provendo consultoria em comércio exterior, além da oferta de soluções de câmbio, derivativos e crédito para financiamento de exportações e importações. Com isso, atingiu-se US\$5,8 bilhões em Adiantamentos sobre Contratos de Câmbio e de Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACC/ACE), mantendo o BB como um dos principais



parceiros do comércio exterior brasileiro, encerrando o período com 20,3% de participação de mercado.

O BB ampliou ainda os negócios junto às cadeias das empresas, agroindústrias, cooperativas e entes do setor público, oferecendo crédito e serviços para suas redes de fornecedores e parceiros, gerando sinergias que agregam resultados e trazem benefícios em todos os elos da cadeia produtiva.

## **Agronegócio**

Para os clientes do agronegócio, o Banco do Brasil continua reforçando o protagonismo no setor, com o atendimento negocial, técnico e presente, com capilaridade nacional. Toda agência BB conta com funcionários treinados e que conhecem o agronegócio e, com isso, estão aptos a atender ao cliente de forma completa. Esse atendimento se soma às agências especializadas no agronegócio, que atuam exclusivamente com produtor rural.

Ao mesmo tempo, o BB continua agregando a assessoria humana ao uso de inteligência artificial e de tecnologia para o atendimento do setor, como 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. Firmamos parceria com a FieldPRO, startup de inteligência climática e ciência de dados, com o objetivo de levar aos produtores rurais solução inovadora para potencializar os ganhos na produtividade e contribuir para melhores decisões de plantio, manejo e colheita. A solução inclui uma plataforma de gestão e um equipamento com 14 sensores, que é instalado no imóvel rural pelo próprio produtor para coletar dados de clima e tempo. A estação é portátil e utiliza tecnologia 100% brasileira.

O Banco atuou também com a sucessão e as novas gerações no campo, junto ao Programa BB Família Agro, que já soma mais de 10 mil clientes.

## **Setor Público**

A proximidade também está refletida na recente reorganização do atendimento aos clientes do Setor Público, com movimentos que aprofundaram o relacionamento digital com o segmento, além da disponibilização de Gerentes de Investimento Especializado para os clientes do Regime Próprio de Previdência Social (RPPS) e ampliação da Assessoria Especializada para soluções de Cash.





## Satisfação do Cliente

O Banco faz a avaliação de cada um dos atendimentos feitos. E a nota recebida nos atendimentos prestados está atrelada à avaliação da performance semestral dos colaboradores, para garantir que a qualidade e a satisfação do cliente seja um objetivo comum de todos.

Ao medir a satisfação dos clientes, é verificada se a materialização da proposta de valor é percebida, com o propósito de adotar medidas de gestão, aprimorar processos, produtos e serviços e ajustar estratégias de atuação.

A gestão dos indicadores de satisfação está em constante evolução, retroalimentando as estratégias de relacionamento com os clientes e contribuindo para a implementação de melhorias e soluções ofertadas

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) de 2021 apresentando evolução consistente, com incremento de 8,5 pontos na comparação com 2020.

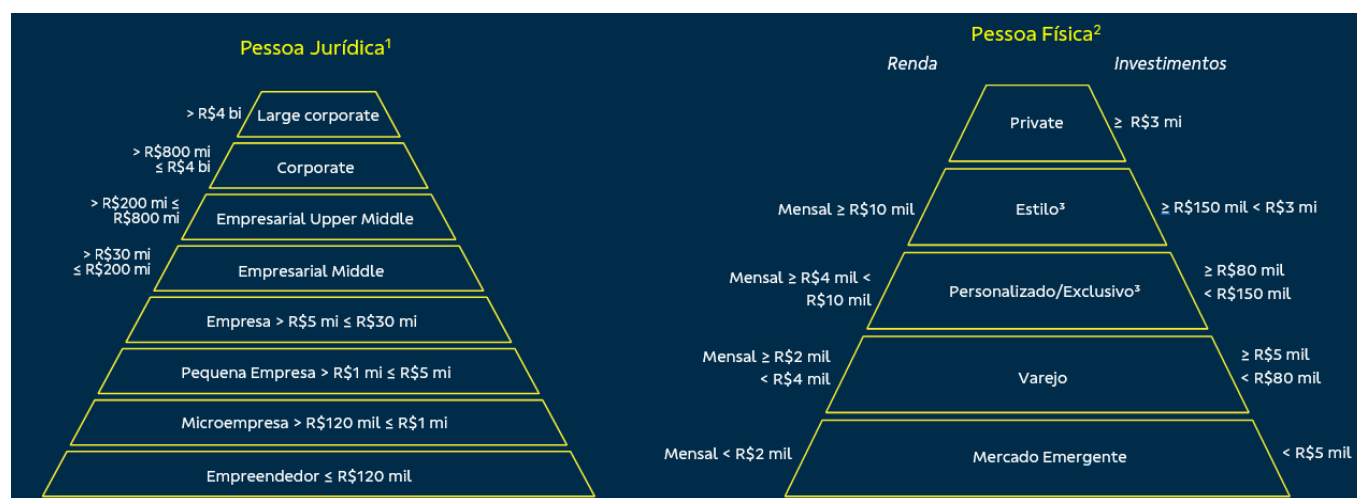
As reclamações procedentes no Ranking do Banco Central reduziram 33,8% frente ao 4T20, alcançando nossa melhor posição histórica, com menor índice por cliente e a menor quantidade de reclamações procedentes desde 2017.

É importante destacar ainda que acompanhamos de perto o CES (Customer Effort Score) e o EES (Employee Effort Score), com o objetivo de melhorar os nossos processos constantemente. O atingimento dos índices de satisfação dos clientes tem impacto nos indicadores de remuneração e premiação, sendo um importante indutor para alinhar o objetivo do Banco de manter um atendimento de excelência.

## Segmentação dos Clientes

A seguir são apresentadas as segmentações dos clientes Pessoa Física, Pessoa Jurídica, Agronegócio e Governo no Banco do Brasil:

Figura 8. Segmentação PF e PJ



(1) Com base no Faturamento Bruto Anual (FBA); (2) Não se aplica ao Produtor Rural; (3) Atendimento digital.

Figura 9. Segmentação Agro e Governo



# Pessoas Físicas

Ao analisar a forma de contato com os clientes, é possível aproveitar as informações capturadas para desenvolver e/ou melhorar produtos e serviços: cada interação pode ser utilizada para gerar oportunidades de negócios e aprofundar o relacionamento.

Nesse contexto, o BB ampliou o modelo de atendimento gerenciado em Escritórios Leves, direcionando para clientes com maturidade digital.

Foi expandida a capacidade de assessoramento gerenciado aos clientes, ampliando em 1,9 milhão de clientes com esse tipo de atendimento. Também foi fortalecida a atuação com a oferta de assessoria personalizada a clientes investidores, e, em 2021, mais de 700 profissionais de investimentos, oferecendo um portfólio completo, competitivo e democrático. Com

tudo isso, a eficiência e a capacidade de atender melhor foram aprimoradas.

O BB apresentou crescimento de 53,5% de clientes mais maduros digitalmente, que utilizam quase que exclusivamente esses canais. Esse crescimento foi impulsionado por ações de incentivo ao engajamento digital, bem como pela expansão e melhoria das soluções disponíveis

O Banco ampliou o atendimento humano qualificado via chat no App BB (“Fale com o BB”) para 30,4 milhões de clientes. Foi expandido o acesso ao Bot de inteligência artificial (pelo WhatsApp e pelos canais de mensagem do Twitter e Facebook), que responde aos usuários sobre as principais dúvidas e realiza um primeiro atendimento aos usuários e clientes cadastrados.

## Uso de Inteligência Analítica

O Banco tem realizado investimentos em conhecimento analítico e utilizado as melhores tecnologias disponíveis para proporcionar a melhor experiência para os clientes, reconhecendo que todos possuem jornadas de vida que são distintas.

O BB está trabalhando para cada vez mais ofertar uma experiência adequada e personalizada para cada um dos seus desejos e momentos de vida, materializando o que é chamado de ‘segmento de um’.

Olhar para o cliente para além da forma tradicional de segmentar, indo além do uso de dados sociais e demográficos, conhecendo seus interesses, hábitos de consumo, estilo de vida, valores, afinidades, enfim, conhecer e valorizar o que é importante para cada um – para além da esfera financeira – é o que vai fazer cada vez mais a diferença no jeito BB de atender e ir além do *core* bancário nessa relação.

As ofertas e abordagens são realizadas com base em recomendações do CRM, no qual diariamente são analisados mais de 90 milhões de clientes e *prospects*, resultando em mais de dois bilhões de possibilidades de ofertas, distribuídas em mais de 38 categorias de sugestões negociais.

Após refinamento e priorização da propensão de cada cliente à sugestão, relevância da oferta ao momento de vida, é entregue mensalmente em nossos canais (físicos e digitais) mais de 250 milhões de indicações de negócios e oportunidades aderentes ao perfil do cliente.



## Plataforma de Benefícios

No ano de 2021 foram disponibilizadas diversas novidades e melhorias em nossa Plataforma de Benefícios. Foram realizadas, no âmbito do Programa de relacionamento Ponto Pra Você, ações que fomentaram a fidelização e melhoria da satisfação dos clientes BB. O resultado destas ações se refletiu em um crescimento da ordem de 10% na quantidade de clientes engajados no Programa.

Entre estas ações, destaca-se a opção de resgate "Cashback com Pontos", solução que permite a liquidação ou ressarcimento de contas e produtos BB com a utilização de pontos acumulados no programa.

Essa solução, que é pioneira e exclusiva, passou a permitir que os clientes possam realizar o ressarcimento com pontos de valores desembolsados em investimentos e produtos agro com a entrega do benefício nos canais físico ou digital.

Com estas melhorias, o BB alcançou um volume total de cashback com pontos pago aos clientes de R\$ 95 milhões, reconhecendo na entrega do benefício o relacionamento do cliente com o BB.

No Vantagens BB, disponível no Internet Banking, App BB e App Ourocard, foram mais de 45 milhões de acessos, mais de 900 benefícios publicados em produtos BB, ações para acúmulo e resgate de pontos e promoções em empresas parceiras, incluindo o novo benefício de compras com cashback.

Para manter o cliente engajado estão previstas diversas novidades na nossa Plataforma de Benefícios, com jornadas simples e experiência integrada buscando aumentar a percepção de valor, fidelização e satisfação.

## Melhorias na experiência para beneficiários do INSS

O portfólio de soluções digitais disponível para os clientes beneficiários do INSS foi ampliado e aperfeiçoado, oferecendo mais comodidade e reduzindo a necessidade de deslocamento até as agências. Exemplo disso foram os lançamentos das soluções que permitem realizar a portabilidade do recebimento do benefício e a prova de vida do INSS direto no aplicativo do BB.

A prova de vida por reconhecimento facial é mais um exemplo de melhoria, sendo muito bem recebida por clientes e familiares de beneficiários nas redes sociais do BB. Essa novidade, em conjunto com outras medidas, nos levou ao alcance de aproximadamente um milhão de provas de vidas realizadas sem a necessidade de deslocamento desses clientes até uma agência BB.

No atendimento presencial, a novidade foi o cadastramento de novos pontos pagadores de benefícios nos correspondentes, disponibilizando as transações de saque do benefício com cartão e sem cartão, alteração de senha, prova de vida e solicitação de segunda via do cartão, trazendo mais comodidade aos clientes.

Além disso, a linha crédito consignado para os beneficiários do INSS teve melhorias significativas, como a simplificação do processo de contratação, que, somada às melhorias desenvolvidas pelo órgão, tornaram a linha mais ágil e segura.



## Educação Financeira

O Banco do Brasil acredita que a educação financeira contribui para a melhoria da qualidade de vida dos seus clientes. Em 2021, foram publicados conteúdos no [blog.bb.com.br/](http://blog.bb.com.br/) com dicas de como melhorar a sua vida financeira, como começar a poupar ou ainda como diversificar seus investimentos a fim de obter resultados e rentabilidade aderente ao seu perfil.

Com objetivo de levar informações cada vez mais úteis para a vida financeira dos clientes, o BB iniciou um trabalho que utiliza inteligência analítica para identificar o perfil financeiro do cliente e prover interações personalizadas de educação financeira, adequando os conteúdos e a linguagem aos momentos mais adequados frente às diferentes necessidades dos usuários.

Além disso, o BB participou de diversas ações de educação financeira executadas pela Comissão de Cidadania Financeira da Febraban, que entregou à população o Índice de Saúde Financeira do Brasileiro (ISF-B), que oferece ao usuário a oportunidade de fazer um diagnóstico de sua vida financeira, e a [Plataforma de Educação Financeira Meu Bolso em Dia](http://Plataforma de Educação Financeira Meu Bolso em Dia), com conteúdo que auxiliam os cidadãos a melhorar seus hábitos financeiros de acordo com cada perfil de pessoa e dos desafios financeiros que enfrentam. Essas funcionalidades estão disponíveis no site [plataforma.meubolsoemdia.com.br](http://plataforma.meubolsoemdia.com.br).

## Público Jovem e Universitários

Em 2021, o BB ultrapassou a marca de um milhão de clientes universitários, uma expansão de cerca de 70% no número de clientes no nicho. Destaque para a aquisição do cartão universitário, com cerca de 100 mil emissões no segundo semestre, resultado 2 vezes superior ao período anterior.

A fim de contribuir com a expansão e rejuvenescimento de base, as ações de atração do público universitário foram concentradas nas portas de entradas digitais, por se tratar do canal de maior preferência dos clientes na faixa etária entre 18 e 40 anos de idade.

Entre as ações realizadas longo do ano, destacam-se a ampliação do limite de crédito para R\$ 1,5 mil (o maior do mercado), a priorização do público no atendimento por Bot no App BB e via WhatsApp, a melhoria no fluxo de abertura de conta digital, direto e totalmente concluída no App BB, além de campanha publicitária e promocional em meios digitais e benefícios com empresas parceiras e patrocínios e eventos para atração de novos clientes para o BB.

Outra porta de entrada do público jovem é através dos games. O BB começou a apoiar o segmento de jogos eletrônicos em 2018. Desde então, patrocina eventos de eSports e em 2021, promoveu a troca de experiências entre gamers e amantes dos eSports com a “Game Talks BB”, além de criar o “BB Game Series Etapa Universitária”, primeiro torneio de propriedade da instituição e de ampliar o Squad BB.

E o Banco do Brasil está no Metaverso, com ações do mundo real transportadas para a cidade virtual do “Complexo”, servidor de RolePlay, que conduz o gamer na criação de um edifício do Banco do Brasil. No game, o jogador poderá abrir contas e receber benefícios para seu personagem, podendo, ainda, realizar investimentos em fundos diferenciados na indústria como o BB Ações Equidade, o BB Ações US Biotech BDR Nível I e o BB Ações Agro.

Para mais informações sobre tecnologia no BB, consulte a seção Transformação Digital deste documento.

## Clientes Agro

O Banco do Brasil é o maior parceiro do agronegócio brasileiro. A história do BB se confunde com a do agronegócio brasileiro e está presente em toda a cadeia de valor. Mais que ofertar crédito, o Banco está ao lado dos produtores rurais, para conhecer a realidade do campo, as necessidades e as potencialidades dos clientes e, assim, oferecer soluções com assertividade e agilidade.

O Banco conta com uma rede de assessoramento técnico rural composta por mais de 200 profissionais formados em ciências agrárias. Esses funcionários prestam consultoria aos clientes para incrementar a produção agropecuária e acompanhar e orientar a melhor aplicação dos recursos nas atividades financiadas.

O BB conta ainda com uma rede de agências especializadas no agronegócio. Mas o mais importante, é que em todas as agências o BB tem funcionários treinados e que conhecem o agro e, com isso, estão aptos para atender o cliente de forma completa. Atuando em todo o Ecossistema do Agronegócio, dos pequenos produtores da agricultura familiar aos grandes produtores, incluindo as cooperativas e as agroindústrias.

## Inovação no campo

O Banco tem agregado o uso de inteligência artificial à assessoria humana. Um exemplo disso é o Agrobot, o consultor virtual agro do Banco do Brasil, que fornece informações e análises personalizadas para a otimização dos resultados dos produtores. Entrega dicas valiosas e ajuda a escolher os melhores momentos para a comercialização da produção. O consultor virtual Agrobot está disponível atualmente para as culturas de milho, soja, café, algodão, trigo e arroz.

O digital hoje faz parte do dia a dia do agro no Banco do Brasil. Pelas soluções, disponíveis no mobile, os clientes já podem contratar digitalmente os produtos de BB Giro Agro, Custeio Digital, Renovação Digital Pronaf, Investimento Agro Digital, e a CPR Digital, sendo que essa última configura uma nova forma de financiar o agronegócio, com evolução significativa nos últimos anos.

Pelo próprio celular é possível contratar, enviar documentos, realizar o seguro rural e de vida, além de acompanhar cada fase da contratação, assinar eletronicamente o contrato e liberar o crédito em conta, com comodidade e segurança.

Em julho de 2020, em conjunto com a BB Seguros, foi lançada a Plataforma Broto ([broto.com.br](http://broto.com.br)), que é um ecossistema digital para o agronegócio, no qual foi possível conectar produtores rurais, prestadores de serviços, revendedores e fornecedores em um único

local. A plataforma já soma mais de 543 mil acessos e originou mais de R\$ 1,3 bilhão em negócios desde seu lançamento, fomentando e impulsionando o agronegócio brasileiro. São mais de 2 mil produtos para maximizar a produtividade dos produtores rurais. Também foi agregada à plataforma Broto outras soluções como blog, podcasts e lives para trazer informação e conhecimento aos produtores rurais.

Na busca por novas soluções tecnológicas, o Banco do Brasil vem prospectando negócios com Startups. O BB avaliou mais de 50 agritechs e buscou investir em soluções que proporcionem melhorias para os clientes, dentro e fora da porteira, e tragam mais eficiência aos processos, com investimentos já realizados durante 2021 dentro do Programa Corporate Venture Capital (CVC).

Foi firmada parceria com a FieldPRO, startup de inteligência climática e ciência de dados, com o objetivo de levar aos produtores rurais solução inovadora para potencializar os ganhos na produtividade e contribuir para melhores decisões de plantio, manejo e colheita. A solução inclui uma plataforma de gestão e um equipamento com 14 sensores, que é instalado no imóvel rural pelo próprio produtor para coletar dados de clima e tempo. A estação é portátil e utiliza tecnologia 100% brasileira.

Assim, o Banco do Brasil caminha para ser o principal ecossistema digital do agronegócio.



## Plano Safra e soluções de investimentos

Foi anunciado o maior plano safra de todos os tempos e, nos seis primeiros meses do período houve desembolso superior a R\$ 89 bilhões, crescimento de 62,8% no comparativo com 2020, reforçando o compromisso do BB como maior parceiro do agronegócio brasileiro.

Em 2021, o BB lançou ainda o primeiro fundo de investimento de crédito agro, o BB Fundo de Investimento de Crédito FIAGRO – Imobiliário. Ao mesmo tempo em que se trata de uma nova alternativa de financiamento ao setor via mercado de capitais, o fundo proporciona aos investidores possibilidades de diversificação em ativos com origem nas cadeias produtivas agroindustriais. O fundo captou mais de R\$400 milhões em sua oferta pública, tornando-se o maior fundo da modalidade disponível no mercado até então.

O Banco apoiou o agro na melhoria contínua das suas atividades, no aumento de produtividade com práticas de conservação dos recursos naturais e de qualidade de vida aos trabalhadores do campo.

O BB lançou, no início do ano, 10 compromissos para um mundo mais sustentável, com metas até 2030. Destes, cinco estão diretamente relacionados ao agronegócio e com o destaque para o objetivo de alcançar, até 2025, o saldo de R\$ 125 bilhões em apoio à agricultura sustentável.

O Banco do Brasil 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.

Para mais informações sobre o crédito ao agronegócio, consulte a seção 7 deste Relatório.

## Micro e Pequenas Empresas

O BB oferece soluções adequadas para apoiar o desenvolvimento das micro e pequenas empresas e microempreendedores individuais. Seja através do atendimento presencial, com atendimento especializado para o público, seja gestão da conta de maneira totalmente remota pelo BB Digital. Os mais de 2,5 milhões de clientes contam com o Banco do Brasil como seu principal parceiro.

No BB, mais de 215 agências exclusivas para esse público se somam a mais de 1700 unidades habilitadas para prestar atendimento ao público, que são apoiadas por um centro específico de suporte operacional, seja para processos de crédito, cobrança bancárias e folha de pagamento, entre outras necessidades.

Desde o início da pandemia, o BB reforçou o papel de parceiro das micro e pequenas empresas, acompanhando de perto as empresas no decorrer desse período desafiador, garantindo a manutenção do crédito na medida certa, atuando com as prorrogações de parcelas, as linhas emergenciais e o monitoramento preventivo dos clientes.

Em 2021 não foi diferente: em apoio às Micro e Pequenas Empresas foram liberados R\$ 70,4 bilhões entre crédito novo, prorrogações, renegociações e linhas emergenciais, beneficiando 349 mil empresas.

Destaque para atuação no Banco do Brasil no Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte),



programa de governo federal destinado ao desenvolvimento das microempresas e empresas de pequeno porte, instituído pela Lei nº 13.999, de 18 de maio de 2020, alterado pela Lei nº 14.161, de 2 de Junho de 2021.

Em 2021, novos recursos foram disponibilizados e entendendo esse momento desafiador e como parceiro das MPE, o Banco do Brasil novamente foi protagonista e liderou as liberações dessa linha de crédito. Em poucos dias, foram liberados R\$ 8,1 bilhões (33% do total de recursos), beneficiando 95 mil empresas e contribuindo para a preservação de mais de 500 mil empregos. Considerando as edições

de 2020 e 2021, o Pronampe no BB somou R\$ 15,1 bilhões em desembolso, preservando empregos e apoiando a manutenção da atividade de 184 mil empresas e mais de um milhão de empregos.

O cliente MPE conta ainda com a Parceria BB e Sebrae, que tem por objetivo principal apoiar empresas em planos de sustentabilidade e eficiência dos negócios, por meio de cursos on-line direcionados à orientação financeira. No Programa Empreenda MPE, maior programa de capacitação e certificação de funcionários que atuam com MPE, o BB contou com engajamento de 27 mil funcionários e mais de 100 mil horas de treinamento.

## MPE Week

O MPE Week é um movimento do Banco do Brasil direcionado às micro e pequenas empresas que atuam em ponto físico ou e-commerce. O objetivo é promover os negócios participantes, dando visibilidade às suas ofertas e incentivando os consumidores. Para isso, a MPE Week estimula as pequenas empresas a fazerem ofertas especiais para o consumidor

Na MPE Week de 2021, que se tornou a maior dos últimos anos, o Banco reforçou seu papel como protagonista no apoio à retomada do crescimento da economia brasileira, utilizando a sua força enquanto instituição bancária sólida e tradicional para estimular a realização de negócios entre seus clientes pessoas físicas e jurídicas, ao mesmo tempo que apostou em uma comunicação moderna e soluções digitais para a realização de negócios.

A edição contou com um recorde de 48 mil empresas participantes que disponibilizaram mais de 61 mil ofertas para o público geral. A mobilização da Rede de Atendimento e as ações de divulgação nos canais de mídia geraram mais de 1,2 milhão de acessos na página da MPE Week e mais de R\$ 53 milhões em cupons resgatados, contemplando mais de 21 milhões de pessoas físicas, transformando a plataforma em uma vitrine para promoção dos produtos e serviços dos clientes empresas.

## Médias e Grandes Empresas

O atacado tem como propósito prover um portfólio completo de soluções em Corporate & Investment Banking, criando negócios e resultados sustentáveis para o Banco e para os clientes. O foco em sua centralidade aliado às estruturas especializadas,

possibilita a adequação e a personalização de operações para as necessidades de cada segmento.

Em 2021, com o objetivo de estar ainda mais perto do cliente, com soluções completas que passam pela oferta de crédito, meios de pagamentos, tesouraria,



comércio exterior entre outras, o Banco reestruturou sua área de atacado. Destaque para a chegada à essa estrutura da Unidade de Tesouraria Global, responsável pela carteira proprietária do Banco e soluções em derivativos, dentre outras atividades, aumentando as sinergias na originação de soluções financeiras para os clientes do pilar atacado.

Para os clientes Middle e Upper Middle, com faturamento entre R\$ 30 e R\$ 800 milhões, o BB atua para reforçar o protagonismo, e ser o Banco das médias empresas no país. Conectamos empresas de vários segmentos, fortalecendo as cadeias produtivas e a dinâmica da economia, considerando a grande relevância que as MPMEs têm na geração de empregos e riqueza para o país.

No segmento Corporate e Large Corporate, composto por clientes com faturamento superior a R\$ 800 milhões, foi fomentada a proximidade entre as grandes empresas e grandes investidores com os elos produtivos no Brasil e no Exterior. O Banco dispõe de uma gama completa de soluções e produtos, passando por linhas de crédito, mercado de capitais, comércio exterior e câmbio, tesouraria e meios de pagamentos.

Além do crédito, o BB oferece aos clientes soluções de emissões de ativos de dívidas corporativas via mercado de capitais. As estruturações destas operações podem ser realizadas pelo UBS BB e Banco de Investimento (BB BI). Como o Banco do Brasil é um banco completo, há ainda a possibilidade de oferecer esses títulos em mercado secundário, que se somam a ativos que tenham sido emitidos fora do Conglomerado. A intermediação desses títulos privados para clientes investidores ultrapassou a marca de R\$ 10 bilhões, aumento de 62% no comparativo com o ano anterior. A provisão de liquidez aos clientes nesta classe de ativos, proporcionada pelo BB via mercado secundário de títulos privados, tem possibilitado elevação no giro

de papéis em posse de clientes. Foram mais de 35 mil clientes com estes ativos em custódia

O Banco consolidou uma equipe dedicada às demandas por derivativos e foi ampliada a oferta de soluções, com objetivo de proporcionar uma melhor experiência ao cliente, através de atendimento tempestivo e personalizado. Destaca-se o aumento na contratação de derivativos para hedge de emissões de dívida privada e de derivativos para o agronegócio, como termos, opções e EFRP (Exchange Forward Related Position).

Os clientes que atuam no comércio exterior contam com o benefício de diversas ações do BB visando sua proximidade, com amplo investimento no desenvolvimento e no aprimoramento do portfólio de soluções, na prestação de serviços de consultoria especializada, na digitização e integração das jornadas, potencializando assim os diferenciais que a expertise e capilaridade proporcionam. Foi consolidado o protagonismo no setor, com crescimento de 28% no volume de contratação de negócios relacionados a exportação e importação e mais de 20,3% de participação de mercado em ACC/ACE.

Em 2021, também foi lançada a Central de Câmbio, plataforma de autoatendimento para que as empresas possam realizar a cotação, contratação, consulta, análise, acompanhamento, monitoramento e condução de operações de pagamentos internacionais e operações de crédito de comércio exterior, de maneira digital. Com isso, o BB agrega conveniência, segurança e tempestividade à jornada dos clientes no momento da contratação de operações de câmbio, dado que o processo de análise da operação, que levava antes quase seis dias, leve cerca de algumas horas. Com isso, o número de clientes que utilizaram a ferramenta para fechamento de seus contratos subiu 491% e o número de operações finalizadas com ela cresceu 478%.



Ao longo do ano, o BB investiu em serviços de consultoria e geração de informações para apoio à tomada de decisão de negócios dos clientes. Tais iniciativas se materializaram em visitas, apresentações e publicações sobre cenários econômicos, inclusive na perspectiva regional, reconhecendo toda diversidade nacional, aumentando a proximidade e a fidelização dos clientes.

Com foco na promoção de operações e negócios sustentáveis, o BB busca atender as necessidades dos clientes cada vez mais conectados e atentos às questões sociais e ambientais. O Banco realizou a primeira operação classificada na modalidade sustentabilidade da América Latina. Trata-se de um *Repurchase Agreement (Repo)* onde foram captados

US\$ 100 milhões e os recursos foram destinados ao programa Pronaf e a operações do BB Financiamento PJ especificamente para instalação de painéis solares.

O resultado das estratégias se traduz nos índices de Satisfação do Cliente e NPS, que apresentaram elevação em todos os públicos de relacionamento do pilar Atacado. O primeiro, que é medido pela média de notas considerando o atendimento do gerente, da equipe especializada e das visitas realizadas alcançou desempenho acima do esperado para o segmento. Já o segundo indicador apresentou crescimento de 24% no ano. Isto é fruto da forte proximidade e relacionamento com os clientes, da inovação, assessoria, e consequente fortalecimento das relações com todo o elo produtivo do país.

## Setor Público

O Banco do Brasil, historicamente, tem atuado como um dos principais parceiros dos clientes do mercado Setor Público e como agente financeiro do Governo Federal com o propósito de contribuir com o desenvolvimento e a transformação da sociedade brasileira.

O modelo de relacionamento para os clientes do Setor Público foi revisitado em 2021 e expandido para todos os municípios brasileiros. O objetivo é oferecer aos clientes consultoria especializada, com soluções adequadas a suas necessidades e sua realidade, apoiando o Setor Público no cumprimento de sua missão de promover o bem-estar dos cidadãos.

Foram criados 13 escritórios especializados no atendimento aos municípios, além dos 28 localizados em todas as capitais do país, que iniciaram sua atuação junto aos clientes em janeiro de 2022. Adicionalmente, o atendimento digital foi ampliado, viabilizando a expansão do atendimento especializado a todos os municípios do interior.

Destaque ainda para a disponibilização de Gerentes de Investimento para atendimento aos clientes RPPS (Regime Próprio de Previdência Social) e ampliação da Assessoria Especializada para soluções de Cash.

Tais esforços têm se refletido nos indicadores de experiência do cliente. No NPS, o Banco avançou 9,42 pontos percentuais desde 2020 sendo 2,1 pontos percentuais em 2021, alcançando o grau de excelência.

# Private

O Banco do Brasil atua há 17 anos no mercado de *private banking* e é um dos quatro maiores *players* em termos de AuM (*Assets Under Management*) do país, além de líder em carteira de crédito e RoCAL (Retorno sobre AuM e Crédito).

O BB possui a maior capilaridade de escritórios do Brasil, atendendo clientes investidores e megaprodutores rurais em 79 cidades, com maior exposição em São Paulo e Rio de Janeiro. O segmento também possui atendimento na agência BB Miami e na BB Securities, nos EUA, e na agência do BB Lisboa, em Portugal.

O modelo de relacionamento possui 266 *bankers* dedicados exclusivamente ao atendimento integral aos clientes, dos quais mais de 82% possuem a certificação CFP (*Certified Financial Planner*). Superando os parâmetros exigidos pela Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), o Banco do Brasil é uma das instituições com maior percentual de *bankers* certificados, fato que demonstra o compromisso com a especialização dos funcionários para prestar a melhor assessoria aos clientes do segmento.

A ambição do BB Private é agregar valor aos clientes em seus diferentes momentos de vida e objetivos em termos de gestão do patrimônio.

## **Wealth Management**

O *Wealth Management* do BB Private é um serviço disponível para um seleto grupo de clientes, abordando o conceito de atendimento ultrapersonalizado, com visão abrangente de todo o patrimônio do cliente. É realizado por profissionais altamente qualificados e certificados, cujo objetivo é oferecer soluções únicas para a gestão do portfólio do cliente.

Entre os benefícios previstos, a estrutura de *Wealth Management* do BB Private oferece contato direto com os maiores empreendedores do país, o que amplia a capacidade para captura de recursos em eventos de liquidez, como ofertas públicas de ações,

venda de participações societárias, distribuições de lucros e dividendos, entre outras.

Para este público foi desenvolvida a Confraria Agro, reuniões de pequenos grupos, sempre com a participação de palestrante formador de opinião/influencer convidado para promover debate sobre a cadeia do agronegócio em nível internacional.

Vale destacar que, o Cartão Altus, exclusivo para clientes Private, se consolidou como o melhor cartão do mercado nacional, atualmente reconhecido pelos clientes e pelo mercado financeiro pela sua qualidade. Com o Altus, O BB promove e estreita o relacionamento, conquista novos clientes e rentabiliza ainda mais os negócios existentes no Private.

## **Sofisticação da oferta e aconselhamento**

A sofisticação do mercado financeiro amplia as alternativas de investimentos disponíveis aos nossos clientes, tornando desafiador e primordial o cuidado

no processo de seleção e recomendação das oportunidades disponíveis. Portanto, um plano de investimentos adequado aos objetivos e tolerância de



risco é o determinante para definir a qualidade do aconselhamento concedido.

Além do aconselhamento profissionalizado, o processo de sofisticação da oferta passa pelo

A estratégia de fidelização do BB Private permeia quatro frentes:

- **Relacionamento** – estabelecimento de relação de longo prazo, confiança, disponibilidade e relacionamento com o Grupo Familiar (fidelizar gerações);
- **Assessoria** – especialização e visão abrangente do patrimônio, com orientação para diversificação do recurso no Brasil e no exterior;
- **Soluções** – oferta ampla em fundos de investimento, produtos de tesouraria (CDB, LCA, LCI, COE, etc.), crédito privado, fundos exclusivos, renda variável, previdência e custódia qualificada de títulos públicos com condições competitivas, performance e instrumentos de longo prazo que visam proteger o patrimônio dos clientes no Banco; e
- **Posicionamento global** – modelo de relacionamento e soluções disponíveis no Brasil e no exterior.

Dado o caráter multibancarizado dos clientes Private, o BB utiliza o modelo de relacionamento e assessoria holística com o gerente Private como contato de confiança do cliente, objetivando uma relação mais próxima para a melhor identificação das soluções de investimento adequadas e um consequente aumento de negócios. Além da oportunidade de atração de clientes e negócios, o modelo adotado visa a manutenção da satisfação dos clientes atuais e retenção dos negócios conquistados.

Em relação às soluções de assessoria, o Banco do Brasil Private utiliza o conceito clássico de diversificação de investimentos, com a construção de modelos de alocação seguindo as teorias do *Asset Allocation*. Nosso MAPA, Modelo de Alocação de Portfólio em Ativos, é baseado nessa teoria e tem como foco a obtenção de retornos consistentes e adequados. As estratégias são planejadas para reunir a melhor combinação de ativos e o modelo que tem como

monitoramento de novidades no mercado e de macrotemas para o cenário prospectivo, buscando a entrega de soluções de investimento que atendam aos diversos perfis de clientes Private.

premissa propor aos clientes uma reflexão sobre suas atuais estratégias de investimento.

Os modelos conferem o dinamismo necessário nas alocações do portfólio para se adaptar a movimentos de mercado e alteração de cenário que os estrategistas avaliam. O BB oferece diferentes estratégias de alocação no Brasil e no exterior para acompanhar as mudanças de estratégia de investimento dos clientes ao longo da vida.

Com o cenário de juros baixos globalmente, o movimento de internacionalização dos investimentos tem se intensificado, e o Banco do Brasil Private, seja através de soluções no país ou transferência de recursos para o exterior. Todos os modelos, *onshore* e *offshore*, são revisados e rebalanceados periodicamente para considerar alterações de cenário prospectivo em conjunto com um elevado processo de gestão de risco.



### **Destaques do 4T21:**

- Lançamento dos fundos BB Multimercado FX Allocation Balance Private IE e BB Multimercado BRL Allocation Balance Private IE, sem hedge cambial e com hedge cambial, respectivamente, destinado aos investidores qualificados do segmento Private que desejem diversificar seus investimentos por meio de alocação de parte de seus recursos no exterior;
- Revitalização do fundo BB Multimercado Balanceado Dividendos Private para a temática ASG (Ambiental, Social e Governança). O nome do fundo foi alterado para BB Multimercado ASG Private e benchmark atrelado ao Índice Brasil ESG;
- Lançamento do fundo de investimento de previdência Brasilprev Occam Multimercado, que busca resultados baseados em análises fundamentalistas com gestão ativa e baixa correlação a outros fundos do mercado, buscando estratégia única;
- Distribuição de 16 ofertas públicas de ativos, sendo 3 com selo verde; e
- Início da distribuição de produtos de tesouraria de terceiros (LCA, LCI e CDB).



## Marketing de Conteúdo

Consolidação da presença em redes sociais através da distribuição de conteúdo próprio no LinkedIn, YouTube, Whatsapp e Spotify com objetivo de relacionar-se de forma mais próxima e posicionar sua marca perante este público e *stakeholders*. Dentre os conteúdos rotineiramente postados, destacam-se o Start (resumo diário dos principais indicadores financeiros), o Síntese Semanal (principais notícias da macroeconomia mundial), o Estratégia de Investimentos (análise e perspectivas do mês que inicia), o Agro Week (análise semanal dos mercados agropecuários), o BB Cast Agro (Podcast sobre Agronegócios), o Daily Cast de abertura e o Daily Cast de fechamento dos mercados (principais movimentações dos mercados após o encerramento dos pregões), assim como os Relatórios BB Investimentos.

Além disso, o Banco realiza o BB Private Talks – lives com conteúdo relevante para os clientes do BB Private. Além disso, a live mensal com a Estratégia de Investimentos divulgada pela estrategista-chefe, e outras lives com temas de relevância aos clientes como performance de fundos, cenários e perspectivas.



# 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.

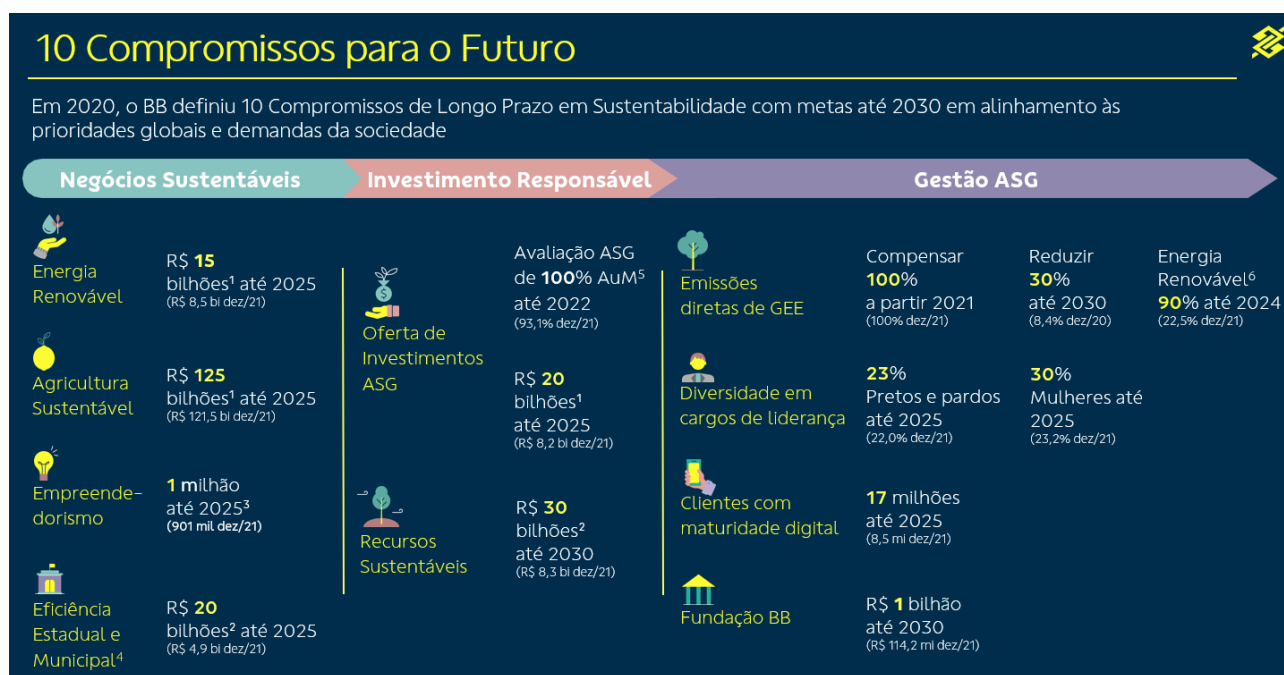


## Sustentabilidade Empresarial

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 quadro abaixo apresenta as metas e sua evolução:

Figura 10. Compromissos com a Sustentabilidade



(1) Em Saldo. (2) Em desembolsos. (3) De empreendedores. (4) Agricultura, cultura, defesa civil, educação, eficiência energética e iluminação pública, esporte e lazer, infraestrutura viária, limpeza pública, meio ambiente, mobilidade urbana, saúde, segurança e vigilância sanitária. (5) AuM aplicáveis. (6) Energia renovável adquirida no mercado livre (ACL) e produção própria ao final do 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.

## Ecoeficiência Energética

O Banco tem trabalhado para migrar sua matriz energética para fontes de energia renovável. O BB consome energia gerada por duas usinas solares, outras quatro usinas de fontes renováveis estão em

construção, nove em contratação e quatro em fase de licitação. O Banco possuirá 29 usinas em operação, contribuindo para o alcance da meta de 90% no



fornecimento de energia proveniente de fontes renováveis.

O BB passou a utilizar energia de fontes renováveis em 39 prédios administrativos por meio do Ambiente de Contratação Livre (ACL), gerando uma economia de R\$ 27,1 milhões (2019/2021), com expectativa de atingir R\$ 50 milhões até 2024.

Para expansão do projeto ACL, serão estudadas ao todo 1.652 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.

Assim, a estratégia do BB, além da redução do consumo de energia, é continuar investindo em uma matriz mais limpa e renovável de autogeração de energia, com impacto positivo no meio ambiente e na sociedade. Ao mesmo tempo, a escalada da produção

pelas usinas (Geração Distribuída – GD) busca apoiar a meta de 90% da matriz elétrica do BB oriunda de fontes renováveis, sendo até 22% de projetos GD e até 68% de ACL.

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 298 agências em 2021. Com isso, o Banco quer alcançar uma redução no consumo de energia na ordem de 15% nas dependências atendidas.

Em 2021, o BB passou a compensar 100% de nossas emissões de gases do efeito estufa (escopos 1 e 2) com a aquisição de certificados *I-Recs* e temos o objetivo de reduzir nossas emissões em até 30% até 2030, passando a contar com 90% de fontes de energia renovável até 2024.

## Participação do BB na maior conferência do planeta sobre o clima

O BB esteve presente na 26ª Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas (COP 26), com a apresentação de vídeos de cases sustentáveis de clientes e parceiros do BB que abordaram temas como energia renovável, agricultura sustentável, uso sustentável da terra e processos industriais

sustentáveis. No Pavilhão Brasil, o BB apresentou também a forma como geramos valor sustentável para a sociedade, seja apoiando os clientes a adotarem práticas sustentáveis ou mesmo reduzindo e compensando as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) geradas em suas atividades.

## Compromisso Business Ambition for 1.5°C

O Banco do Brasil aderiu à Iniciativa “Business Ambition for 1.5° C”, campanha internacional para empresas liderada pelo Pacto Global da ONU e demais parceiros da iniciativa Science Based Targets (SBTi), o que demonstra o compromisso com a definição de

metas de redução de GEE, baseadas na ciência, que contribuam para limitar o aquecimento global em 1,5°C acima dos níveis pré-industriais e que busquem alcançar a neutralidade de carbono da cadeia de valor até 2050.

## Modelo de Finanças Sustentáveis

O *Framework* de Finanças Sustentáveis do BB foi atualizado em dezembro/2021 e está alinhado com os

Princípios para Títulos Verdes (GBP), os Princípios para Títulos Sociais (SBP), as Diretrizes para Títulos



Sustentáveis (SBG), os Princípios para Empréstimos Verdes (GLP) e os Princípios para Empréstimos Sociais (SLP). O *Climate Bonds Standard* e os critérios setoriais para certificação da *Climate Bonds Initiative* (CBI), bem como o *European Green Bond Standard* (EU GBS), foram consultados.

Assim como na primeira versão do modelo, o Banco conta com o apoio técnico da consultoria *Sitawi* Finanças do Bem e com opinião de segunda parte da *Sustainalytics*, uma das certificadoras mais reconhecidas neste mercado, que destacou o alinhamento do modelo com a estratégia de sustentabilidade e ressaltou os avanços em relação ao cumprimento das metas propostas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU).

O BB Destaca, ainda, na última atualização do documento: i) a inclusão das categorias Eficiência

## **Carteira de Negócios Sustentáveis**

O Banco do Brasil atingiu em dezembro de 2021, R\$ 291,4 bilhões em operações de créditos sustentáveis, crescimento de 19,1% em 12 meses, com destaque à participação do agronegócio sustentável (41,7%) e dos negócios sociais (46,2%). Este montante foi contratado em linhas de crédito com elevada adicionalidade ambiental e/ou social, ou destinado a financiar atividades e/ou segmentos que possuem impactos socioambientais positivos para os setores de energias renováveis, eficiência energética, construção, transporte e turismo sustentáveis, água, pesca, floresta, agricultura sustentável, gestão de resíduos, educação, saúde e desenvolvimento local e regional, reforçando o papel transformador no apoio ao desenvolvimento do país e à construção de um futuro cada vez mais sustentável para a sociedade.

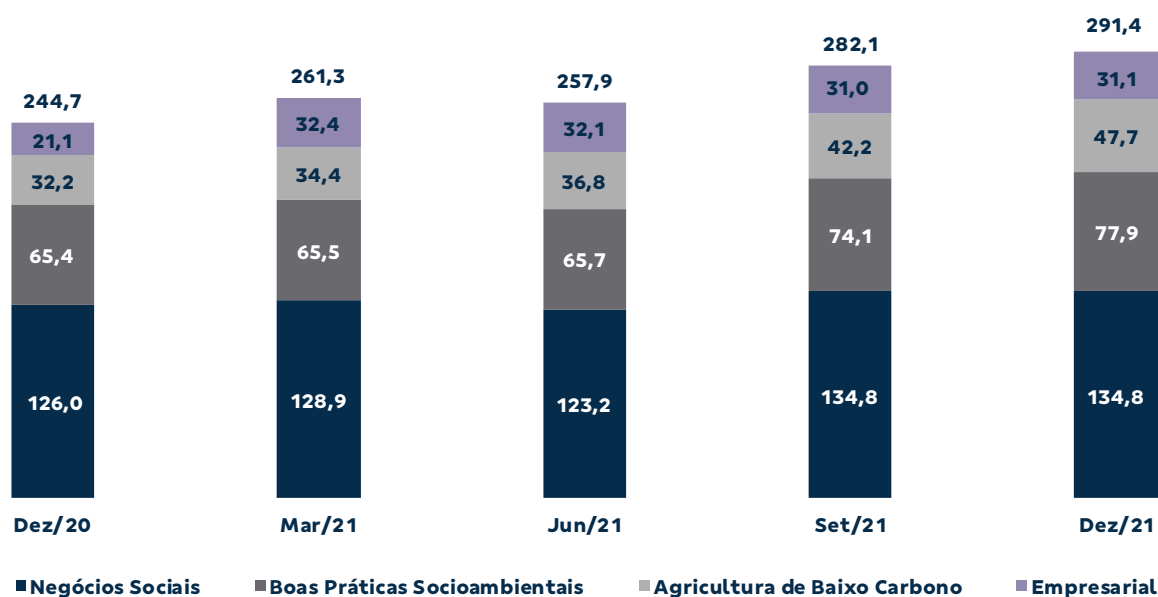
Energética, Edifícios Verdes, Transporte Limpo e Gerenciamento Sustentável de Resíduos e Efluentes; além da modalidade social, nas captações via empréstimo; ii) revisão dos critérios de exclusão e fatores limitantes, além da inclusão de operações de capital de giro para micro e pequenas empresas (geração de emprego e renda), o que amplia o volume de operações elegíveis para a emissão de títulos e empréstimos sustentáveis; iii) o processo de avaliação e de seleção de projetos também foi atualizado e adequado à nova estrutura de governança em sustentabilidade empresarial do Banco do Brasil.

Utilizando do Framework de Finanças Sustentáveis, o BB emitiu em 6 de janeiro de 2022, seu primeiro *social bond* no montante de US\$ 500 milhões, com vencimento em 11 de janeiro de 2029 e taxa de 4,875% ao ano.

Em linha com os compromissos de longo prazo e para auxiliar os clientes na transição para um portfólio mais sustentável, o BB tem as seguintes metas a serem atingidas até 2025: (i) fomentar a energia renovável, expandindo nossa carteira para este fim para R\$ 15 bilhões; (ii) ampliar a carteira de agricultura sustentável para R\$ 125 bilhões e auxiliar em projetos de eficiência estadual e municipal, com desembolsos de R\$ 20 bilhões.

A carteira de negócios sustentáveis é submetida a avaliação independente, que considera as principais taxonomias internacionais para classificação da carteira, assegurando mais transparência.

Figura 11. Carteira de Negócios Sustentáveis – R\$ bilhões



## Oferta de Investimentos ASG

O Banco do Brasil tem trabalhado para engajar clientes a investir em ativos sustentáveis, oferecendo uma diversa gama de produtos que aliam rentabilidade às melhores práticas ambientais, sociais e de governança.

O BB oferece um portfólio com 25 fundos (FI's e FIC's) ligados à essa temática, com opções para investir no Brasil ou no exterior, ou em causas específicas nas quais o cliente acredita. Em 2021, o patrimônio líquido desses fundos cresceu 109,0%, alcançando R\$ 7,0 bilhões.

Destaca-se ainda o atingimento de R\$ 1,2 bilhão captados via LCA Verde (Letra de Crédito ao Agronegócio), que tem como objetivo fomentar a carteira de sustentabilidade do BB. Os 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 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.

Buscando as melhores formas de atender os clientes investidores, o BB associou a oferta de investimentos sustentáveis com a educação financeira. O BB oferece uma 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 banco 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 iniciando sua jornada de investimento.

O BB disponibiliza, também, a assessoria por meio de podcasts em plataformas digitais, contando, inclusive, com análises diárias. Qualquer cliente 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](http://bb.com.br/carteirasugerida), contando até com uma carteira sugerida de empresas que seguem os mais elevados padrões de sustentabilidade e possuem um potencial de valorização.

Ainda dentro do tema, O BB criou a Carteira BB ESG (“ESG”, na sigla em inglês para *Environmental, Social*

*and Governance*), desenvolvida com objetivo de indicar aos clientes as ações das empresas que estejam mais alinhadas com as melhores práticas Ambientais, Sociais e de Governança Corporativa (ASG).

No processo de integração de fatores ASG nos relatórios e análises de recomendação desenvolvidos pelo time de pesquisa, o Banco do Brasil iniciou um acompanhamento mais próximo do tema, selecionando papéis de empresas que, na visão do Banco, vêm sendo bem-sucedidas no alinhamento de seus negócios às práticas sustentáveis e socialmente responsáveis.

Para saber mais sobre os produtos de investimento ASG do Banco do Brasil, acesse [bb.com.br/asg](http://bb.com.br/asg).

## Reconhecimentos em sustentabilidade

O BB foi reconhecido, em janeiro/2022, como o banco mais sustentável do planeta pelo *ranking* das 100 Corporações Mais Sustentáveis do Mundo 2021 – Global 100, da *Corporate Knights*, mantendo a posição de liderança alcançada em 2021. A classificação posiciona o BB como a empresa brasileira mais bem colocada, figurando na 21ª posição no *ranking* geral. Na última década, o BB foi listado em sete edições, sendo reconhecido como banco mais sustentável do mundo em 2019, 2021 e 2022.

Pelo 17º ano consecutivo, o Banco está compondo o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que

reúne ações de empresas de capital aberto com as melhores práticas de sustentabilidade.

Estas conquistas refletem o resultado do trabalho integrado de todas as áreas do Banco e se soma a diversos outros reconhecimentos do BB como uma das empresas mais sustentáveis do mundo: Índice Dow Jones de Sustentabilidade (DJSI) da Bolsa de Nova Iorque; FTSE4Good Index Series da Bolsa de Londres; e *Ranking* do Global 100, da *Corporate Knights*, dentre outros.



# Estratégia Digital

Com um Banco cada vez mais digital, o BB consolidou sua presença em complementariedade à rede física e com a oferta de soluções inovadoras e conveniência aos clientes. A adoção dos meios digitais para efetivação de diversos serviços cotidianos continuou se fortalecendo como novo hábito para milhões de brasileiros e o BB antecipou a esse movimento, fomentando a originação de negócios e o relacionamento pelos canais digitais.

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



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

Nesse sentido, o Banco continua expandindo a atuação como plataforma nos vários segmentos em que o BB atua. No mercado de agronegócios, por exemplo, estamos escalando 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. A plataforma Broto, já soma mais de 543 mil acessos na plataforma e originou mais de R\$ 1,3 bilhão em negócios desde seu lançamento, fomentando e impulsionando o agronegócio brasileiro.

O BB agregou à plataforma 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.

## Engajamento Digital

O Banco do Brasil terminou o 4T21 com 22,2 milhões de clientes ativos nas plataformas digitais (internet e mobile), e as transações realizadas nestes canais representaram 91,7% das operações de nossos clientes, um aumento de 5,2 pontos percentuais em comparação com o 4T20 (86,5%).

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 4,4 milhões de usuários) e 4,7 na Apple Store (com 2,3 milhões de avaliações), em uma escala com pontuação máxima de cinco estrelas.

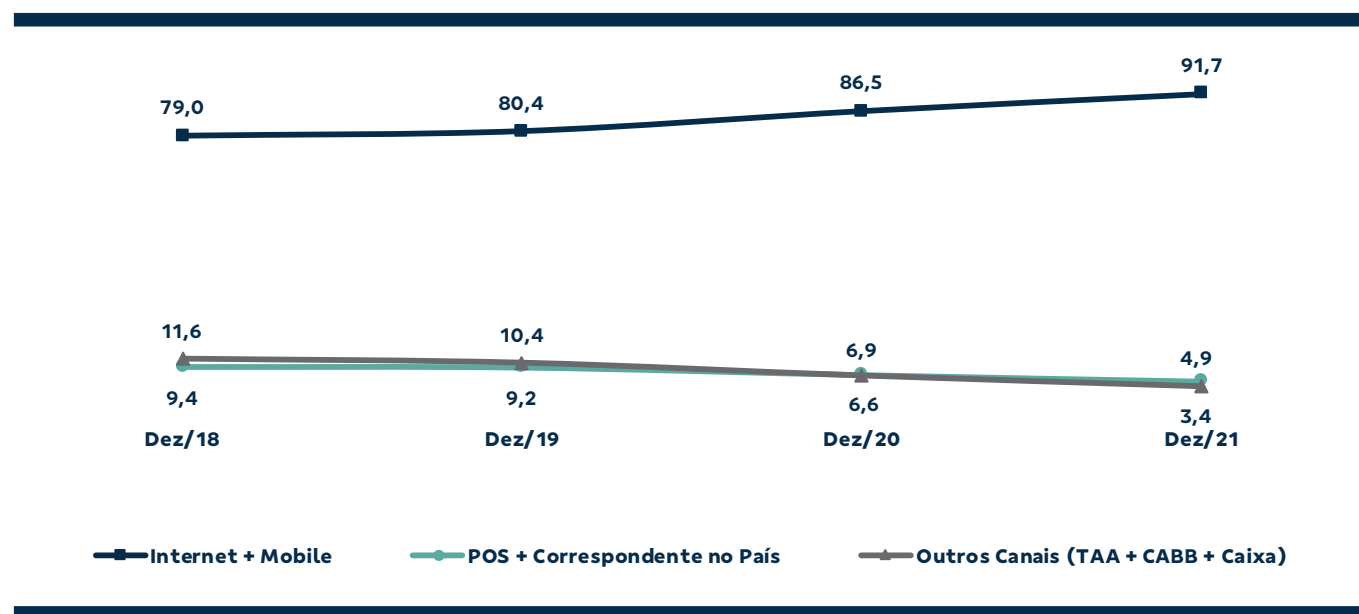
O BB alcançou ao final do ano o número recorde de 20,3 milhões de usuários no App. A maior parte desses usuários estão habilitados para transacionar. Isso significa dizer que o cliente não apenas realiza consultas, mas também compra, investe e faz suas transações financeiras pelo aplicativo do BB. A migração de clientes para os canais digitais também

resultou em aumento dos negócios realizados integralmente via digital. As plataformas digitais representaram 35,7% do desembolso em crédito pessoal e 13,4% do crédito consignado. Considerando o volume de aplicações e resgastes, foram 27,8% movimentados nos fundos de investimento. Apenas no 4T21, 40,6% da quantidade de operações de serviços (tais como investimento, solicitação de cartão, abertura de contas e negócios com capitalização, seguros e consórcios) foi realizada no digital.

O BB possui um dos maiores parques tecnológicos da América Latina, que opera com disponibilidade superior a 99,9%, a 81 bilhões de transações por mês, com picos de 9,5 bilhões em um único dia. As áreas de tecnologia do Banco atuam em sintonia com as áreas de negócios e clientes, com objetivo de acelerar a transformação digital sem perder a qualidade e efetividade no atendimento presencial aos nossos clientes.

Para intensificar o processo de desenvolvimento de soluções e acelerar a inovação, o Banco do Brasil se tornou parceiro da Endeavor, relevante rede de empreendedores de alto impacto no mundo e um dos principais *hubs* de contato entre *scale-ups* no ecossistema brasileiro.

Figura 12. 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*, e apresentou crescimento de 9,0% em doze meses.

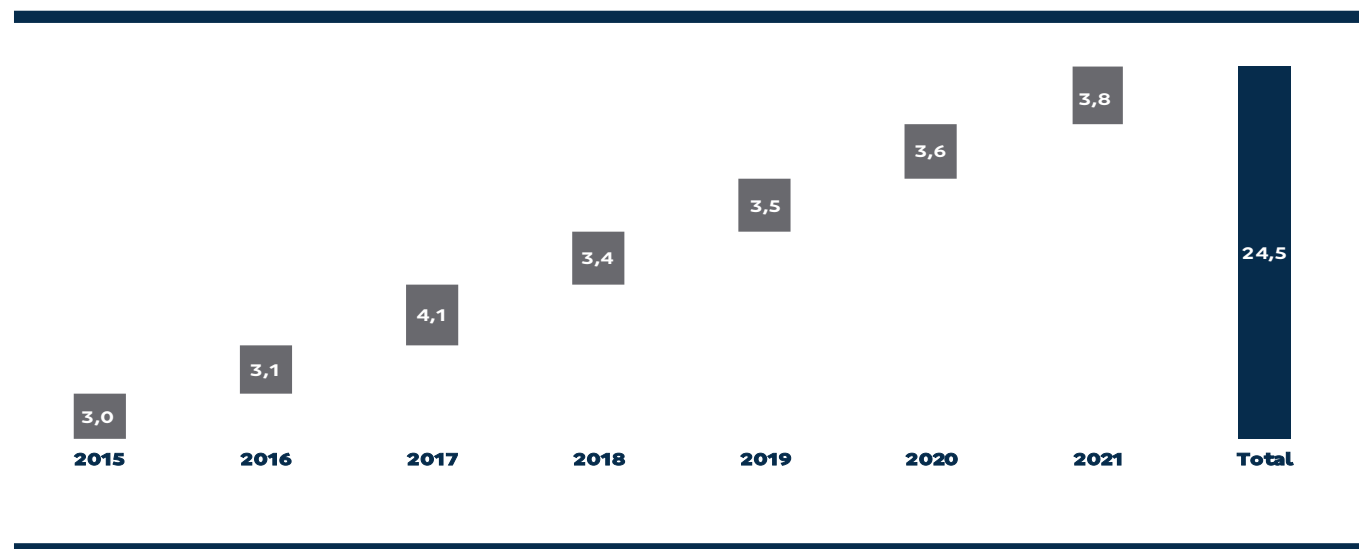
## Investimentos em Tecnologia

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 2021 foi investido o montante de R\$ 24,5 bilhões.



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

Figura 13. Investimentos em Tecnologia – R\$ bilhões



## Estratégia de Nuvem

O BB tem o histórico de uma arquitetura de TI robusta que de forma eficiente vem atendendo às necessidades dos negócios. Para atender ao novo perfil do cliente, essa arquitetura está sendo modernizada diariamente.

O ano de 2021 representou a consolidação do uso da Nuvem como plataforma de construção de software no Banco do Brasil. Pelo volume e criticidade das aplicações desenvolvidas, O BB verificou uma maior flexibilidade e rapidez na entrega de soluções aos clientes e expansão da capacidade de processamento sem a perda do desempenho dessas aplicações. Cabe destacar que neste ano o Banco passou a dispor de ambiente de nuvem privada e pública, possibilitando melhor decisão de processamento e custos, de forma eficiente e transparente ao usuário.

O Banco do Brasil criou uma plataforma de desenvolvimento em Nuvem com uma cultura de desenvolvimento de software em que o

compartilhamento do conhecimento é o principal agente transformador. Quanto ao desenvolvimento de sistemas, a estratégia na escolha para adoção da arquitetura em nuvem está baseada no tipo de serviço que deverá ser entregue ao cliente. Para novos serviços, a indicação é desenvolvimento totalmente em arquitetura de nuvem, bem como serviços que precisam de uma grande atualização, que também são migrados para a nuvem. Para os demais, há uma avaliação do custo e do benefício de tal alteração.

Soluções críticas como PIX, open banking, LGPD, *chatbots* e Monitoramento de Fraudes estão atualmente rodando em ambiente de Nuvem. O Banco do Brasil também intensificou a utilização de uma plataforma *low-code*, toda ela suportada por processamento em Nuvem. São mais de 2.100 aplicações/serviços que executam mais de 270 milhões de operações por dia.

## Loja BB

De forma a centralizar e tornar mais acessíveis as iniciativas e benefícios não bancários ofertados no BB, neste último trimestre foi lançada a Loja BB, cuja operação inicial engloba os produtos de *marketplace* afiliados, *gift cards*, o Vantagens (cupons de desconto e outros benefícios), e recargas de celular. Em breve o BB pretende expandir os produtos e benefícios ofertados nesta seção do aplicativo.

## Marketplace afiliados

Em novembro de 2021, O BB deu mais um passo na expansão de portfólio de soluções de serviços não financeiros. Agora, o cliente já pode realizar compras a partir do App e ganhar *cashback* em conta.

Tendo em vista a adesão do BB ao programa de associados, de uma das maiores varejistas digitais do Brasil, o cliente que realizar suas compras a partir do link disponível na loja BB, receberá *cashback*.

## Blog BB

Em abril de 2021, o Banco do Brasil criou o Blog BB.

A principal missão do Blog é a de oferecer conteúdos relevantes não apenas para os clientes do Banco do Brasil, mas também para pessoas que ainda não possuem relacionamento com o Banco.

Na prática, isso significa monitorar e compreender necessidades de informação expressas nas buscas do Google para elaborar uma pauta que maximize os conhecimentos da audiência. Essa estratégia editorial

Desde dezembro de 2020, o BB disponibiliza a venda de *gift cards* no App, que são códigos de recargas para os principais serviços digitais. Eles funcionam como créditos pré-pagos online para serviços como Uber, Spotify, Xbox, Google Play, iFood, plataformas de games, dentre outros. Já são mais de 1,5 milhão de *gift cards* comercializados. Durante o 4T21 O Banco adicionou mais um novo conteúdo, o cartão do Primepass, que oferece ingressos para sessões de cinema via recarga pelo App BB.

A implementação do *marketplace* afiliados foi extremamente bem recebida e já acumula dezenas de milhares de clientes utilizando a solução. Este é apenas o primeiro passo da estratégia de *marketplace* afiliados, cuja amplitude de marcas o Banco pretende expandir em breve.

– que oferece um *mix* de pautas de oportunidade com conteúdos evergreen – alcançou mais de três milhões de visitantes no segundo semestre de 2021.

Chamam a atenção o índice de utilidade (avaliações positivas/total de avaliações) de 96% atribuído pela audiência aos posts do período, assim como os mais de 25 mil compartilhamentos dos conteúdos em diversas plataformas (Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram).

## Programa Corporate Venture Capital (CVC)

O programa de CVC é fundamental para impulsionar a inovação aberta, ajudando no desenvolvimento de novos negócios, ampliando mercados nos quais atuamos, ao mesmo tempo em que promove uma melhor experiência para os clientes. Estar próximo a startups é uma forma de trocar experiências, aprendizados, incorporar novas tecnologias e aumentar a competitividade. Alinhado a isso, a oportunidade de investir em startups de impacto gera ainda mais valor, não só para o BB, como também para a sociedade e todo o ecossistema.

Em 2021, o BB realizou os primeiros investimentos em fundos de Venture Capital. Essa tese de investimento se baseia nos seguintes pilares: (1) Verticais de investimento: agritechs, experiência do cliente, fintechs e govtechs; (2) Estágio de maturidade: foco nos estágios seed e Série A, com produtos testados e clientes ativos; (3) Parcerias: gestores de venture capital, startups e aceleradoras; e (4) ASG: priorização de startups que tenham objetivos, métricas e metas claras de impacto social, ambiental e de governança responsável.

## Low-code

O desafio do desenvolvimento de soluções na nuvem vem sendo enfrentado com o desenvolvimento *Low-Code* de *softwares*, na plataforma Faz.aí, que suporta a automação de processos internos menos complexos de forma mais rápida e independente, com gestão e governança corporativas. Essa ferramenta aumenta a capacidade de automatizar processos de trabalho com maior eficiência, simplificação e digitização de processos.

## Open Banking

Em 2021, o Banco atuou fortemente no processo de implementação do *Open Banking* (ou Sistema Financeiro Aberto) o BB se manteve ativo nos diversos fóruns, fomos protagonistas no ecossistema, e o Banco do Brasil coordenou os trabalhos estabelecidos dentro da Febraban e da Convenção do Open Banking.

As equipes do BB se destacaram na construção das API (*Application Programming Interfaces*) que permitiram a integração das plataformas e infraestruturas tecnológicas das instituições participantes do ecossistema para viabilizar o compartilhamento de dados e serviços previstos no escopo *Open Banking*.

O Banco do Brasil adaptou-se às diversas mudanças, estabelecidas pelo Banco Central do Brasil, no calendário de implementação do Open Banking e implantou as fases 1, 2 e iniciamos, no 4T21, as fases 3 e 4. O BB continua trabalhando para implementação

das últimas fases, com previsão de conclusão para 2022.

A partir da fase 2, quando teve início o compartilhamento de dados, o BB intensificou a divulgação de informações sobre a necessidade do prévio consentimento do cliente, visando desmistificar os conceitos do *Open Banking* e fortalecer aspectos relevantes de segurança que envolvem a troca de dados entre instituições financeiras.

Na fase 3, os serviços de iniciação de transações de pagamento e de encaminhamento de propostas de operação de crédito, além da possibilidade do pagamento com PIX sem a necessidade da utilização do aplicativo em que o cliente possui sua conta corrente. Com isso, o BB passou a conectar produtos financeiros, além da conexão de dados. A terceira fase será implementada em etapas, garantindo segurança

e estabilidade no sistema, estendendo-se até setembro de 2022.

Em 15 de dezembro, o Banco do Brasil iniciou a implementação da fase 4, contemplando o compartilhamento de um conjunto de informações que vão além dos produtos e serviços bancários tradicionais, como previdência, seguros, câmbio e investimentos. A inclusão desses produtos dá início ao formato ampliado do sistema, que foi denominado *Open Finance*. Essa fase também será implementada em etapas, com previsão de término em maio de 2022.

O Banco atuou com foco estratégico para manter o BB como referência em *Open Banking* no mercado, mantendo o pioneirismo no tema. Para os clientes e sociedade em geral, o BB atua com reforço de comunicação para disseminar o conceito de Sistema Financeiro Aberto e preparar o consumidor para aproveitar as vantagens do *Open Banking*. Internamente, o BB foca na preparação dos funcionários para o novo cenário, capacitando-os para sanar as dúvidas dos clientes e para utilização das novas

oportunidades negociais de relacionamento com nossos clientes.

O Portal do Desenvolvedor conta com cinco API em seu portfólio: Cobrança, PIX, Pix Arrecadação Integrada, Autorização de Débito Automático e Pagamentos em Lote. As duas últimas foram lançadas durante o 4T21. O Portal oferece uma jornada digital de ponta a ponta para a integração, incluindo ambiente de testes das soluções, além de conectar o público desenvolvedor, mantendo uma comunidade ativa que contribui para a construção e aprimoramento dos serviços.

Ao longo de 2021, foram firmadas mais de cinco mil novas integrações com clientes empresariais, cadastrados mais de 13 mil desenvolvedores e mais de seis mil aplicações estão em produção.

O portfólio de APIs do BB, que inclui aquelas disponibilizadas via Portal do Desenvolvedor, fechou o último trimestre de 2021 com 14 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 8.** Quantidade de Parceiros e APIs

Indicador Quantidade de Parceiros e APIs	Dez/20	Mar/21	Jun/21	Set/21	Dez/21
APIs com Chamadas em Produção	17	16	16	15	14
APIs Regulatórias	-	2	4	13	15
Parceiros com Chamadas em Produção	307	653	1.332	2.548	3.076
Parceiros em Teste	273	726	946	1.343	1.087

## PIX

A solução PIX do BB, integrada a todos os aplicativos comerciais do banco, atende de forma ágil as transferências dos clientes (pagador e recebedor). Já a facilidade de cadastramento das chaves PIX, bem como, a simplicidade e presteza na realização das transferências, apoiam a nossa rede na tarefa de fidelizar os clientes.

Os clientes BB podem fazer transferências PIX através do nosso aplicativo, do WhatsApp e até por comando de voz usando o Google Assistant. Em termos de quantidade, o BB processa 19,3% de pagamentos e

recebimentos do Pix e responde por 28,6% do volume financeiro transacionado.

Em 2021, foram disponibilizados a personalização de limites de Pix, Pix Cobrança - QRcode com vencimento (funcionamento similar ao boleto de cobrança), agendamento de Pix, Pix Saque e Pix Troco e o Mecanismo Especial de Devolução (permite a contestação de valores devido a fraudes, golpes e falhas). A Agenda Evolutiva do Pix segue o mesmo ritmo para 2022, prevendo novos produtos e novas opções de liquidação para os usuários.

## Inteligência Artificial

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 na tomada de decisões, realização de negócios ou resolução dos desafios dos clientes.

Figura 14. Inteligência Artificial no Banco do Brasil





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 detêm 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.

O ano de 2021 consolida o avanço do uso de inteligência artificial (IA) em novas soluções e processos do BB. O corpo jurídico do BB passou a contar com o auxílio da IA na análise de acordo judiciais enquanto nosso atendimento humano tem atuado preventivamente para mitigar a propensão de demandas judiciais. A automação de *backoffice* ampliou a capacidade operacional por meio de novas soluções que tratam uma gama crescente de documentos como contratos, procurações, matrículas de imóvel, notas fiscais e informações contábeis entre outros itens.

O *onboarding* digital, piloto na validação automatizada de documentos de identificação, já conta com 28 mil validações diárias. Atualmente esta solução de inteligência artificial também já está presente em outros produtos do BB e de parceiros. Vale destacar o case da prova de vida do INSS, suportado pela solução de validação dentro do próprio app BB, que garantiu comodidade a mais de 128 mil beneficiários ao longo de 2021.

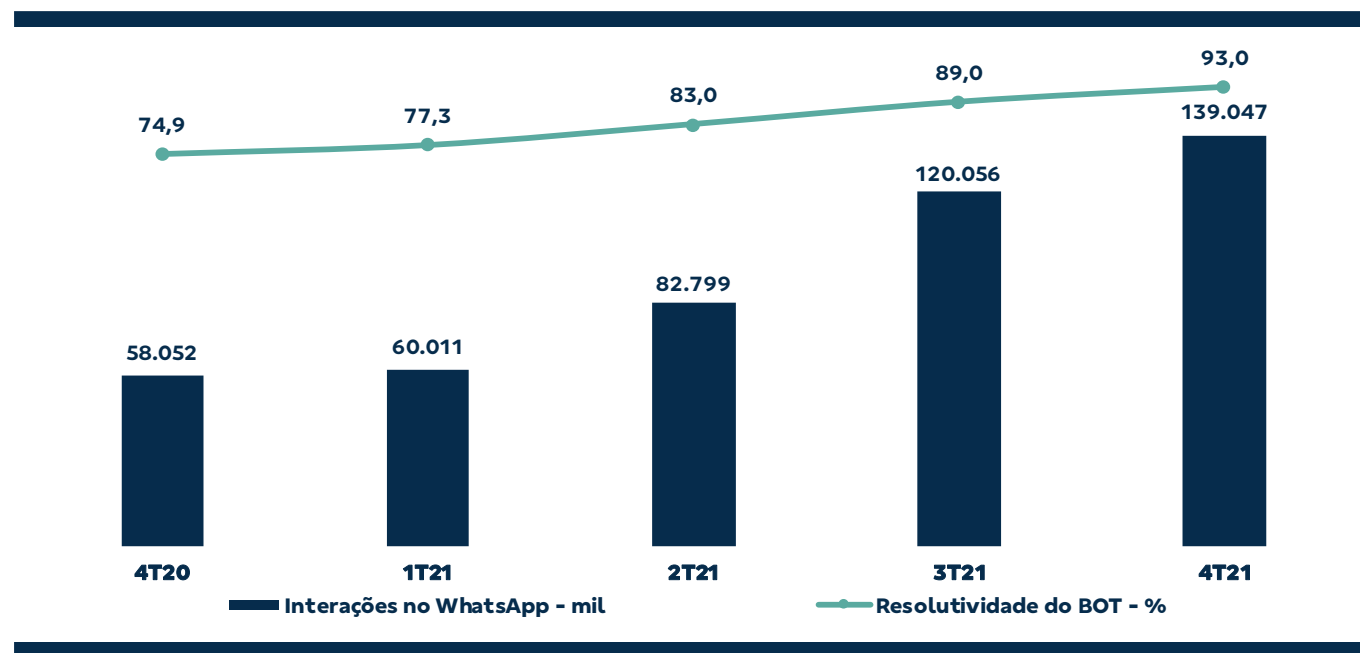
O Assistente Virtual BB consolida a fase de crescimento do atendimento digital. Em 2021, 23 milhões de pessoas tiveram 57 milhões de conversas com os assistentes virtuais do Banco. Considerando apenas o WhatsApp, foram 17,7 milhões de pessoas com 43,3 milhões de conversas, incremento de 130% na quantidade de usuários sobre 2020.

Além disso, vale ressaltar a ampliação do uso de canais de voz suportados por Inteligência Artificial. Novas

consultas foram disponibilizadas no Assistente Virtual BB presente no Google Assistente e a Busca Inteligente por voz facilita a experiência no app BB e já é utilizada por mais de 2,6 milhões de clientes. Ademais, o ano de 2021 foi marcado pelo lançamento da URA Cognitiva (Unidade Resposta Audível), ampliando a capacidade de atendimento aos nossos clientes com soluções de IA tanto no entendimento da fala quanto na geração de voz.

Sobretudo, a Inteligência Artificial tem contribuído cada vez mais para melhoria da eficiência operacional e da experiência dos clientes, funcionários e parceiros, auxiliando pessoas nas atividades em que as máquinas oferecem excelência, permitindo que o diferencial humano fortaleça o relacionamento e a entrega de valor a diferentes stakeholders.

Figura 15. Interações no WhatsApp X Resolutividade do Bot



## Assistentes Virtuais

O Banco do Brasil continua avançando no uso de assistentes virtuais para atendimento aos clientes Pessoa Física e Jurídica, correntistas e não correntistas. Os assistentes virtuais do BB estão presentes no WhatsApp, Google Assistente, Facebook, Twitter, Carteira Digital, autoatendimento pela Internet e Portal BB.

O uso dos assistentes virtuais tem contribuído na integração do atendimento físico e digital, atuando como primeira camada de atendimento para clientes gerenciados e canal preferencial para clientes não gerenciados. Também contribui ao reduzir a quantidade de atendimentos que são direcionados para o atendimento humano nas centrais ou na rede de agências. Fruto de uma forte estratégia, ao final de dezembro, apenas 6,8% das conversas tiveram transbordo para atendimento humano.

Por meio da inteligência artificial e experiências conversacionais por texto (chatbots) ou voz (voicebots), os assistentes fornecem informações, esclarecem dúvidas sobre produtos e serviços e, também, realizam transações. Para continuar avançando, em 2021, o BB mais uma vez foi inovador, ao ser o primeiro banco a oferecer a portabilidade de benefício de INSS e cobrança bancária no WhatsApp, além de consultas de fatura e limite de cartão no Google Assistente.

Novas linhas de renegociação de dívidas, contestação de compras, acionamento do NFC, liberação e pedido de cartão de crédito, emissão e consulta de boletos de cobrança bancária juntam-se aos serviços e transações que já eram oferecidos, como Pix, saldos, extratos, pagamentos de 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.

Além da possibilidade de o cliente iniciar 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, mensagens de segurança, boas-vindas após aquisição de um produto, e felicitações para os clientes aniversariantes, dentre outras iniciativas.

O foco é tornar os assistentes virtuais cada vez mais humanizados, acolhedores e resolutivos, trazendo comodidade e satisfação aos clientes. 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. Conhecendo o hábito dos brasileiros de enviar mensagens de voz, também foi aperfeiçoada a conversão de áudio em texto de forma a garantir uma boa interpretação por parte da inteligência artificial. Na prática, por exemplo, o cliente pode mandar um áudio pedindo para realizar um Pix, 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.



Sabendo da tendência de crescimento do uso dos *chatbots* no futuro da indústria financeira, o BB está permanentemente investindo em capacitação da equipe e em ferramentas que possam dar suporte à operação, entregando experiências positivas e permitindo o aprimoramento do atendimento nos canais digitais.

## Inteligência Analítica

O direcionamento e investimentos do Banco do Brasil em cultura analítica e uso de dados permaneceram fortes ao longo de 2021, reafirmando a estratégia para geração de valor. Assim, o BB coloca o cliente no centro da atuação e prioridade, mantendo o foco na eficiência operacional, com canais de atendimento e serviços suportados por dados e inteligência analítica.

A estrutura de inteligência analítica tem atuado sob formato de tribos e *squads* multidisciplinares, gerando sinergia entre negócios, soluções tecnológicas e *analytics*. Além de facilitar o uso de dados e potencializar o acultramento, permite também celeridade nas entregas.

## BB no Metaverso

O Banco do Brasil está no Metaverso, com ações do mundo real transportadas para a cidade virtual do “Complexo”, servidor de RolePlay, que conduz o gamer na criação de um edifício do Banco do Brasil, com base na sede existente, em Brasília, e promove um tour virtual pelo prédio histórico que abriga o Centro Cultural Banco do Brasil Rio de Janeiro (CCBB-RJ).

No game, o jogador poderá abrir contas e receber benefícios para seu personagem. Haverá empregos relacionados à atividade bancária e nas praias e outdoors da cidade virtual, o jogador vai se deparar com a gestora de fundos BB DTVM. Essa é uma excelente oportunidade para trabalhar a cultura de investimentos, tão importante para a sociedade em geral, de uma forma atraente para as novas gerações,

As ações e esforços de ampliação da cultura, conhecimento e maturidade analítica permaneceram crescentes em 2021, alcançando 2.390 formações em *Business Analytics*, Ciência e Engenharia de dados, entre outras.

A estratégia Conquista, Reconquista e Sucessão em Agronegócios, a solução de Prova de Vida de beneficiários INSS baseada em dados e a preparação para o *OpenFinance* são alguns dos exemplos de contribuição e suporte de inteligência analítica aos clientes e negócios do Banco do Brasil.

apresentando fundos diferenciados na indústria como o BB Ações Equidade, o BB Ações US Biotech BDR Nível I e o BB Ações Agro.

O BB começou a apoiar o segmento de jogos eletrônicos em 2018. Desde então, patrocina eventos como o “Brasil Game Show” (BGS) e o “CBCS – Campeonato Brasileiro de Counter-Strike”, apresenta campeonatos, como o VALORANT Ultimate Ignition Series, e, neste ano, promoveu a troca de experiências entre gamers e amantes dos eSports com a “Game Talks BB”, além de criar o “BB Game Series Etapa Universitária”, primeiro torneio de propriedade da instituição e de ampliar o Squad BB. Por meio do eSports, o BB diversifica suas estratégias de transformação digital e rejuvenescimento da base de clientes.