



RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE

2021





SUMÁRIO

02 APRESENTAÇÃO

03 Materialidade

05 DESTAQUES DO ANO

06 MENSAGEM DO CEO

08 O ABC BRASIL

09 Perfil corporativo

11 Valores, Jeito de Ser e Fazer e pilares de atuação

12 Segmentos de atuação

13 Reconhecimento

14 Associações

14 Governança corporativa

18 Gestão de riscos

22 ATUAÇÃO ALINHADA À GERAÇÃO DE VALOR

23 Resultados operacionais e financeiros

26 Estratégia de crescimento e novos negócios

30 Inovação e tecnologia

31 Privacidade e proteção de dados

32 Relacionamento com Clientes

33 A SUSTENTABILIDADE NO ABC BRASIL

35 Negócios sustentáveis

37 Impacto da atividade

40 Social

44 ANEXOS

45 Anexo de indicadores

51 Sumário de indicadores GRI

54 Sumário de indicadores SASB

55 Informações corporativas/Expediente

APRESENTAÇÃO

Com este primeiro Relatório de Sustentabilidade, o Banco ABC Brasil S.A. (“ABC Brasil”) reforça o compromisso com altos padrões de governança e transparência que sempre nortearam seus negócios. O documento apresenta os desafios, os resultados e as conquistas obtidos em 2021, seguindo as Normas da Global Reporting Initiative (GRI) – opção Essencial, além de incorporar indicadores Sustainability Accounting Standards Board (SASB) nas categorias Commercial Banks e Investment Banking & Brokerage. Este relatório fornece informações referentes a todas as empresas controladas pelo ABC Brasil. **GRI 102-45 | 102-50 | 102-52 | 102-54.**

Seu conteúdo foi orientado pelo resultado do processo de construção de Matriz de Materialidade conduzido para identificar os temas mais relevantes para os públicos de relacionamento. **GRI 102-56**

Para encaminhar comentários a respeito deste documento, o ABC Brasil coloca à disposição o canal: ri@abcbrasil.com.br. **GRI 102-53**



Materialidade

GRI 102-42 | 102-43 | 102-44 | 102-46 | 102-47

Para definir o conteúdo deste relatório, o ABC Brasil promoveu o processo de construção de Matriz de Materialidade, o que envolveu o engajamento dos principais *stakeholders* reconhecidos – por meio de entrevistas, pesquisas *on-line*, estudos setoriais, normas regulatórias, análises de tendências e documentos estratégicos da organização. Esse processo contou com a participação dos seguintes grupos de *stakeholders*: clientes, investidores, parceiros de negócios (agências multilaterais e correspondentes bancários), fornecedores, colaboradores, comunidade, reguladores e entidades setoriais. **GRI 102-40**

Os temas ao lado são a lista inicial priorizada pelos *stakeholders*. Todos os temas analisados foram referenciados com os indicadores da GRI e do SASB e são abordados neste relatório, como boa prática de transparência.

TEMAS GRI 102-44	DEFINIÇÃO	INDICADORES GRI
Atração, desenvolvimento e cuidado do capital humano	<ul style="list-style-type: none"> Promover iniciativas de gestão de carreira, buscando desenvolvimento, atração, retenção, bom clima interno e a satisfação dos colaboradores 	401-1 403-6 404-1 404-3
Boas práticas de governança corporativa	<ul style="list-style-type: none"> Garantir uma boa governança de processos e ter práticas que assegurem a boa gestão do ABC Brasil 	102-18 102-22 102-25 102-28
Compromisso com o desenvolvimento social e direitos humanos	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir para o desenvolvimento do País por meio das operações, promovendo e respeitando os direitos humanos Apoiar programas e projetos de impacto social por meio de investimentos sociais 	408-1 409-1 412-1
Diversidade e inclusão	<ul style="list-style-type: none"> Garantir a existência de ambiente seguro, inclusivo e diverso 	102-8 401-3 405-2 406-1
Ecoeficiência	<ul style="list-style-type: none"> Realizar a gestão eficiente de recursos (água, energia e resíduos) nas operações do ABC Brasil 	301-1 302-1 303-5 306-3 306-4 306-5
Educação financeira e gestão de dívida saudável	<ul style="list-style-type: none"> Propor as melhores soluções para os clientes e ajudar na conscientização para uma gestão de dívidas saudável Colaborar na educação financeira da sociedade 	GRI G4-DMA (antigo FS15) 417-1 417-3
Ética, transparência e integridade	<ul style="list-style-type: none"> Ter uma comunicação transparente das informações financeiras e não financeiras Garantir processos rigorosos na gestão da ética e do <i>compliance</i> 	102-16 102-17 205-1 205-2 205-3 206-1 207-1 415-1
Gestão sustentável de fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar e desenvolver os fornecedores em práticas de sustentabilidade 	204-1 308-1 414-1
Incorporação de aspectos socioambientais na gestão de riscos	<ul style="list-style-type: none"> Incorporar aspectos socioambientais nas análises de riscos das relações comerciais 	102-11 102-15 G4-DMA (antigo FS2) FS10
Inovação e transformação digital	<ul style="list-style-type: none"> Oferecer produtos digitais adequados às demandas do mercado, utilizando a tecnologia para melhorar processos e a experiência dos clientes 	
Mudanças climáticas: adaptação e mitigação	<ul style="list-style-type: none"> Gerir os riscos e oportunidades climáticas Mensurar as emissões de GEE e contribuir na agenda de adaptação da sociedade, tanto em relação aos impactos quanto na promoção da transição para uma economia de baixo carbono 	305-1 305-2 305-3 305-4 305-5
Negócios sustentáveis e de impacto	<ul style="list-style-type: none"> Ofertar produtos que promovam a sustentabilidade e gerem impacto positivo na sociedade e no meio ambiente Apoiar o desenvolvimento de pequenas e médias empresas na sua geração de valor Contribuir para a transição de negócios para uma economia mais justa e sustentável 	417-1 417-3 G4-FS6 G4-FS7 G4-FS8 G4-FS10 G4-FS11
Prevenção da corrupção, lavagem de dinheiro e de práticas anticompetitivas	<ul style="list-style-type: none"> Ter instrumentos de gestão para garantir a prevenção de corrupção, lavagem de dinheiro e práticas anticompetitivas 	205-1 205-2 205-3 206-1
Privacidade e segurança de dados	<ul style="list-style-type: none"> Ter processos que garantam a segurança de dados e a privacidade das informações de seus <i>stakeholders</i> 	418-1
Relacionamento e satisfação dos clientes	<ul style="list-style-type: none"> Manter um bom relacionamento com os clientes, garantindo uma boa experiência e um alto nível de satisfação 	417-1 417-3
Solidez e geração de valor econômico	<ul style="list-style-type: none"> Ter um crescimento com sustentabilidade, gerando o melhor valor para os acionistas e demais <i>stakeholders</i> Companhia com capacidade de atender os seus objetivos financeiros e de negócio 	201-1 203-2



1.

**Atração,
desenvolvimento
e cuidado do
capital humano**

2.

**Boas práticas
de governança
corporativa**

3.

**Negócios
sustentáveis
e de impacto**

4.

**Relacionamento
e satisfação
dos clientes**

5.

**Ética,
transparência
e integridade**

6.

**Inovação e
transformação
digital**

7.

**Compromisso
com o
desenvolvimento
social e direitos
humanos**

8.

**Privacidade e
segurança de
dados**

9.

**Incorporação
de aspectos
socioambientais
na gestão de
riscos**

10.

**Mudanças
climáticas:
adaptação e
mitigação**

Todas as etapas do processo e seus resultados foram validados pela área de Sustentabilidade e, posteriormente, aprovados pelo Comitê Executivo da Instituição e o Conselho de Administração.

Os temas ao lado foram apurados e classificados, de acordo com o resultado do compilado das análises descritas anteriormente, e os temas determinados como materiais foram:

DESTAQUES DO ANO

Fortalecimento da **governança de sustentabilidade** com a criação de área dedicada ao tema e de um Steering Committee multidisciplinar, atuando como grupo de trabalho subdividido em quatro pilares de atuação: Institucional, Impacto das Atividades, Negócios Sustentáveis e Social.

Publicação do primeiro Inventário de Gases do Efeito Estufa (GEE), referente ao ano de 2020, classificado como selo ouro pela metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol. Neutralização de **100%** das emissões dos escopos 1 e 2, tornando o ABC Brasil carbono neutro para suas emissões diretas.

US\$100 milhões captados em títulos de dívida social em setembro de 2020, **100%** alocados em janeiro de 2021. O ABC Brasil foi o primeiro banco brasileiro a emitir um social bond para financiar projetos elencados em *social framework**.

* Framework disponível no site do ABC Brasil

Início da oferta de **crédito consignado privado** aos colaboradores dos clientes corporativos, de forma 100% digital, desde a simulação até a efetiva contratação do produto.

Início de operação de **Credit to Enterprise (C2e)**, solução embarcada em ecossistemas dedicada à pessoa jurídica que possibilita a oferta de crédito em canais digitais - incluindo *marketplaces*, ERPs (Enterprise Resource Planning) e *software* - sob o conceito de *embedded finance*.

Lançamento da **ABC Brasil Corretora de Seguros**, inicialmente focada em três linhas de seguros - Garantia, Prestamista e Capital Global - e, a partir de janeiro de 2022, também ofertando corretagem de seguros de Ramos Elementares (Empresarial, Riscos Operacionais, *Directors & Officers (D&O)*, *Errors & Omissions (E&O)*, Equipamentos, Riscos de Engenharia, Riscos Cibernéticos, Responsabilidade Civil e Frota).



Acréscimo de **852** clientes totais em 12 meses.

Expansão do segmento Middle, com aumento de **64%** no número de clientes em 12 meses, chegando a uma carteira de cerca de \$3 bilhões e atingindo **7,9%** da Carteira de crédito expandida.

Crescimento de **23%** da Margem com clientes no ano, resultado do melhor *mix* de produtos e da continuidade da expansão do segmento Middle.

Receita anual recorde de **R\$107.4** milhões para o segmento de Banco de Investimentos, impulsionada pela área de Debt Capital Markets (DCM), que precificou 47 transações com um volume total emitido de aproximadamente **R\$6,2** bilhões.

Lucro líquido com recorde histórico de **R\$572** milhões, resultando em Retorno Médio sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) de **12,8%** no período.



MENSAGEM DO CEO GRI 102-14

A trajetória de mais de 30 anos do ABC Brasil é marcada por solidez, tradição e evolução. Sinto-me entusiasmado por liderar essa instituição, um *partnership* que conta com controlador estrangeiro forte, grande autonomia local e altos padrões de governança e transparência de uma empresa com ações negociadas na B3 há mais de 14 anos. Somos um banco que atende toda a cadeia de valor das empresas com *expertise* e soluções completas.

O ano de 2021 foi marcado pelo crescimento de linhas de negócio já consolidadas e pelo lançamento de iniciativas visando nos posicionar como o parceiro ideal para apoiar nossos clientes e seus *stakeholders*. Sabemos da importância de atuarmos em parceria com as empresas para o desenvolvimento do País na medida em que contribuímos com inovação e geração de emprego. Nesse sentido, nossa ambição visa à continuidade da expansão da base de clientes e do portfólio de serviços, a diversificação de nossos canais de distribuição, incluindo parcerias, e desenvolvimento de soluções digitais.

A experiência do cliente é muito importante para nós. Por isso, investimos em tecnologia e no crescimento do número de colaboradores, sempre focados em criar um relacionamento de longo prazo, pautado pela confiança e transparência.

Por sermos um banco de relacionamento, a qualidade do capital humano faz a diferença, impulsionando não apenas os resultados operacionais e financeiros, mas a qualidade dos nossos atendimentos, produtos e serviços. Sendo assim, buscamos disseminar entre todos os profissionais a nossa cultura, e ofertamos cada vez mais desenvolvimento e capacitação. Em 2021, com um quadro funcional ampliado em 26%, considerando a necessidade de atuação remota, os desafios de integração e alinhamento aos valores internos foram ainda maiores. Reflexo de nosso êxito em superá-los foi o nível de 90% de satisfação dos colaboradores apontado em pesquisa realizada por consultoria externa com metodologia reconhecida no mercado.





O exercício foi marcado por uma evolução positiva de 32% no número de clientes em relação ao ano anterior, ao mesmo tempo em que atingimos lucro líquido recorrente de R\$572,2 milhões, um crescimento de 77,7% em relação a 2020. O Retorno Médio sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) atingiu 12,8% no ano, aumento expressivo de aproximadamente 500 pontos-base.

Esses resultados nos motivam a seguir em frente, amparados por nossa sólida estratégia, que propõe o crescimento das atividades, o fortalecimento da atuação no segmento Middle e a evolução das novas iniciativas, e investimentos em negócios sustentáveis – sempre mantendo o controle dos riscos e flexibilidade para rever caminhos.

O ano de 2021 foi ainda de fortalecimento da nossa agenda de sustentabilidade, ao reforçarmos a governança interna relacionada ao tema e aumentarmos a transparência de nossas práticas e iniciativas. O ABC Brasil também mantém boa gestão de riscos socioambientais, que apoia

os clientes na adoção de práticas mais sustentáveis. Avaliamos constantemente outras formas de nossas soluções financeiras impactarem positivamente o desenvolvimento da sociedade.

Acreditamos que para alcançarmos o futuro que desejamos devemos seguir nossos princípios de ética e seriedade, comprometimento, governança e sustentabilidade – sempre focados em acelerar nosso crescimento, impulsionar nossos resultados e impactar positivamente a sociedade.

Sérgio Lulia Jacob

CEO DO ABC BRASIL

A nighttime photograph of a city skyline with several tall buildings. The central focus is a modern building with a glass facade, illuminated from within. The sky is a deep blue, and the overall scene is lit with city lights. A dark grid pattern is overlaid on the right side of the image, where the text is placed.

O ABC BRASIL

Com cerca 3,5 mil clientes, a instituição é gerida por executivos experientes, que também são acionistas e detêm autonomia na execução dos negócios.

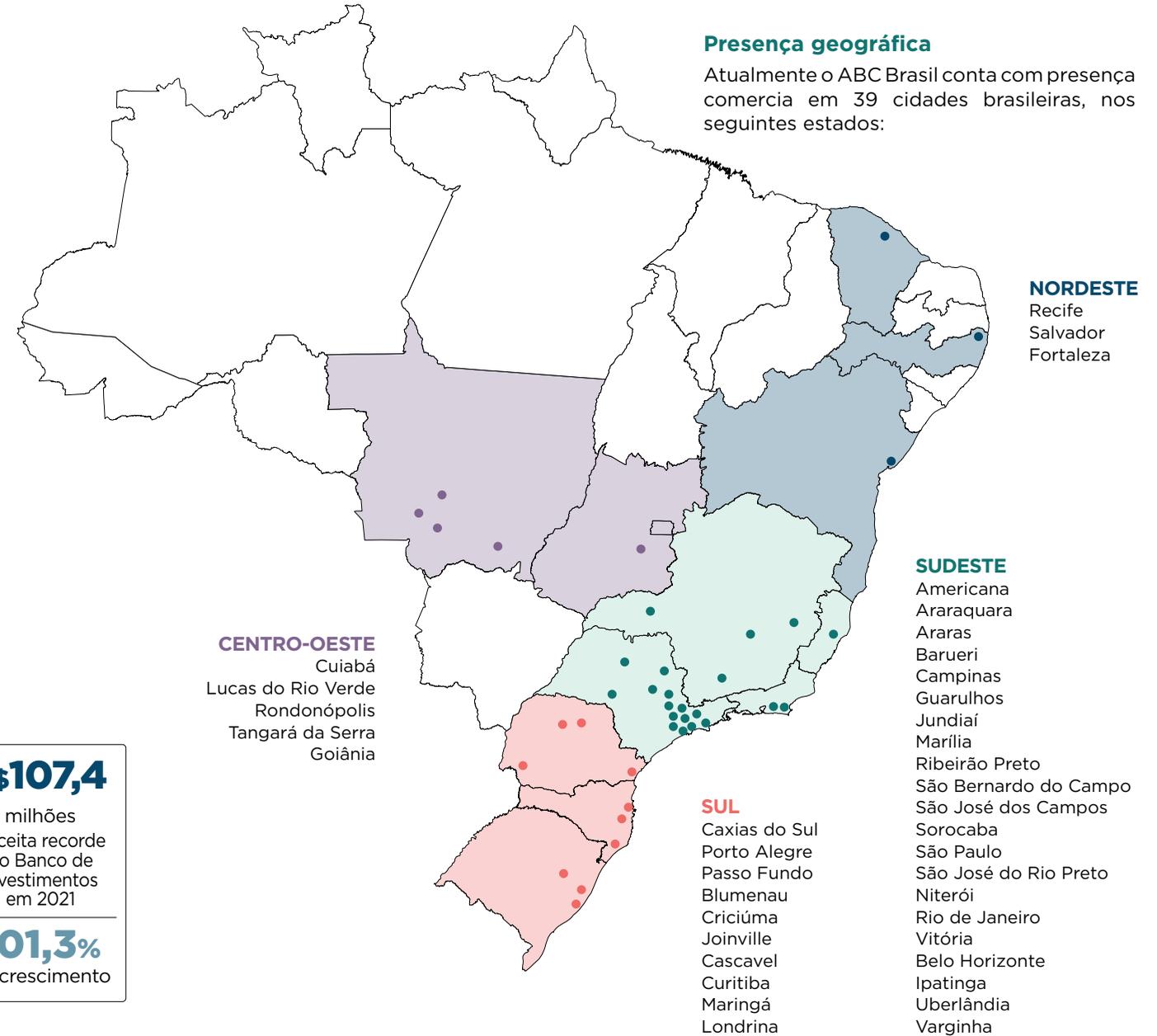
PERFIL CORPORATIVO

O ABC Brasil é uma instituição financeira múltipla, especializada na concessão de crédito e oferta de serviços para empresas de médio e grande portes. Fundado em 1989, está habilitada a operar nas carteiras comercial, financeira, de investimentos, crédito imobiliário, consignado privado, câmbio, corretagem de seguros e comercialização de energia. No fim de 2021, esses negócios estavam à disposição de 3.490 clientes, distribuídos nos segmentos C&IB, Corporate e Middle¹.

GRI 102-1 | 102-2 | 102-4 | 102-6

Sociedade anônima de capital aberto, listada no Nível 2 de Governança Corporativa da B3 desde 2007, com um forte controlador, o Arab Banking Corporation (Bank ABC) a organização mantém sua matriz na capital paulista e, em dezembro de 2021, contava com uma equipe total de 899 profissionais. Seu corpo diretivo é composto por executivos com larga experiência no mercado financeiro, que também são acionistas e detêm grande autonomia na condução dos negócios. No exterior, o ABC Brasil conta ainda com uma agência localizada em Georgetown, nas Ilhas Cayman.

GRI 102-5 | 102-8

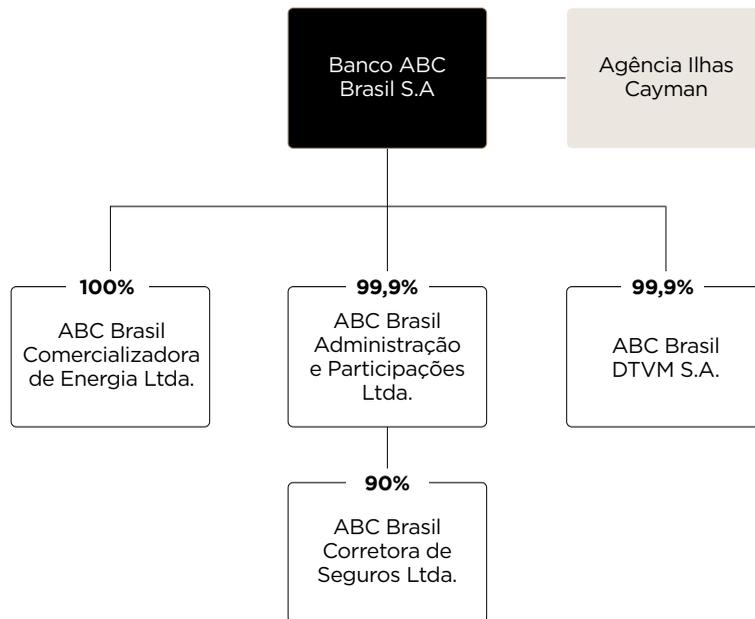


1. Segmento C&IB (Corporate & Investment Banking) engloba empresas com faturamento anual acima de R\$4 bilhões (pode incluir clientes dos setores de Infraestrutura, Energia e Private Equity com faturamento abaixo de R\$4 bilhões). Segmento Corporate engloba empresas com faturamento anual entre R\$300 milhões e R\$4 bilhões. Segmento Middle engloba empresas com faturamento anual entre R\$30 milhões e R\$300 milhões.



Em 2021, como consequência do cenário macroeconômico e de uma série de iniciativas adotadas em alinhamento à sua estratégia de diversificação de produtos e expansão da base de clientes, a instituição registrou crescimento significativo da margem financeira e da receita de serviços, totalizando R\$1,8 bilhão, o que representa crescimento de 28% em relação ao ano anterior. **GRI 102-7**

Estrutura societária
em 31.dez.2021



Valores, Jeito de Ser e Fazer e pilares de atuação GRI 102-16



Valores

Ética e seriedade

Agir com elevados padrões morais, estabelecendo relação de transparência, confiança e respeito com os colaboradores, clientes, investidores, acionistas e reguladores.

Comprometimento

Oferecer as melhores condições de negócios, alinhadas às necessidades de clientes, investidores e acionistas.

Empreendedorismo

Estimular a busca constante por inovações que promovam o crescimento, desenvolvimento e aumento de eficiência.

Governança

Utilizar mecanismos e processos que garantam o alinhamento de interesse dos diversos *stakeholders*.



Jeito de Ser e Fazer GRI 102-16

Nossa cultura retrata o Jeito de Ser e de Fazer do ABC Brasil, que integra as várias dimensões organizacionais refletidas num conjunto de atitudes e comportamentos que queremos reforçar nos pilares de Clientes, Pessoas e Resultados

Clientes

O que nos move:

- Superar a expectativa do cliente.

Fazemos:

- Da experiência do cliente a nossa prioridade;
- Os desafios do cliente se transformarem em negócios;
- Assessoria ao cliente para a melhor decisão.

Não admitimos:

- Demora nas respostas e soluções;
- Conformar-se com clientes e negócios já conquistados;
- Trabalhar de forma não integrada na solução para o cliente.

Pessoas

O que nos move:

- Time confiante, ético e determinado.

Fazemos:

- O que é melhor para a organização, agindo como donos;
- Inovação, sem medo de errar, experimentando e indo além;
- Comunicação com transparência em todos os níveis – dizendo o que deve ser dito e escutando com abertura.

Não admitimos:

- Transferência de responsabilidades e delegar para cima;
- Centralizar e personificar;
- Ser passivo, omisso, criticar sem sugerir.

Resultados

O que nos move:

- Excelência que supera e gera valor.

Fazemos:

- Resultados crescentes, consistentes, com visão de longo prazo;
- Com agilidade e qualidade;
- O compartilhamento de objetivos e experiências e reconhecemos resultados.

Não admitimos:

- Pôr em risco a reputação do ABC Brasil;
- Decidir sem fundamentação;
- Visar resultados a qualquer custo.



Pilares de atuação GRI 102-16

- Busca incessante pela competência em tudo o que é feito;
- Profundo conhecimento; do mercado de atuação;
- Credibilidade dos clientes;
- Agilidade na busca de soluções adequadas e inovadoras para cada cliente;
- Compromisso com bons resultados;
- Investimento contínuo em tecnologia, sistemas e processos, visando à maior eficiência.

Segmentos de atuação



Commercial Banking

Consultoria comercial e soluções financeiras para empresas de médio e grande portes com faturamento anual superior a R\$30 milhões.



Investment Banking

Suporte para as decisões estratégicas e captação de recursos, o que envolve M&A, emissão de instrumentos de dívida, estruturação de projetos (*Project Finance*), além da estruturação e distribuição de IPOs e ofertas públicas subseqüentes.



Comercializadora de Energia

Oferta de serviços diferenciados no âmbito do Mercado Livre de Energia.



Corretora de Seguros

Braço cativo de corretagem de seguros que mantém relacionamento com diversas seguradoras para oferecer as melhores alternativas aos clientes do ABC Brasil.



ABC Personal

Plataforma de investimentos pessoais, com oferta de produtos de renda fixa em conta digital gratuita com diversas funcionalidades.



Crédito Consignado Privado

Produto disponível aos colaboradores das empresas clientes conveniadas com contratação 100% digital e rapidez na liberação dos recursos.

Reconhecimento

Selo de Energia Verde

Concedido à Comercializadora de Energia pela União da Indústria de Cana-de-Açúcar (UNICA), em parceria com a Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE) e Associação Brasileira dos Comercializadores de Energia (Abraeeel) como reconhecimento ao compromisso com a sustentabilidade e os investimentos em energia renovável.

Google Cloud Customer Award

O ABC Brasil está na lista das 62 companhias premiadas, das quais apenas duas são brasileiras, na categoria Serviços Financeiros, por sua cultura inovadora e excelência técnica e de transformação, utilizando computação em nuvem.

Informatica Innovation Award – Intelligent Disrupter

O ABC Brasil ganhou o prêmio pela análise de dados avançados, de forma fácil e intuitiva, aumentando em 50% a rapidez da ingestão de dados e em 100% a governança de dados no *Data Lake*. O objetivo da instituição é se transformar em uma potência digital usando *Data Analytics Insights*, Inteligência Artificial e *Machine Learning*.

A utilização de dados promove a tomada de decisões conclusivas e torna-se parte da vantagem competitiva do ABC Brasil.

Selo Ouro no Registro Público de Emissões de GEE

Classificação conquistada pelo primeiro Inventário de Emissões elaborado pelo ABC Brasil, no âmbito do Programa Brasileiro GHG Protocol.

Selo Febraban de Autorregulação

Obtido pelo alcance de 100% de aderência na avaliação de conformidade da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) em relação aos normativos relacionados aos temas Socioambiental, Prevenção a Ilícitos e à Corrupção.

Prêmio Apimec/IBRI

Em 2020, o ABC Brasil foi o vencedor e, em 2021, figurou entre os cinco primeiros colocados na categoria Melhor Prática e Iniciativa de Relações com Investidores Small/Middle Cap, reconhecimento concedido pela Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec Brasil) e Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI). O ABC Brasil foi uma das duas únicas instituições incluídas na lista nos dois anos consecutivos.



Associações GRI 102-13

O ABC Brasil tem forte atuação no setor bancário, integrando diversas associações e organizações, entre elas:

- Federação Brasileira de Bancos (Febraban) com a participação no Conselho de Administração.
- Associação Brasileira das Entidades de Mercado Financeiro e de Capitais (Anbima), onde mantém participação com um representante na vice-presidência;
- Associação Brasileira de Bancos (ABBC);
- Associação Brasileira de Bancos Internacionais (ABBI).

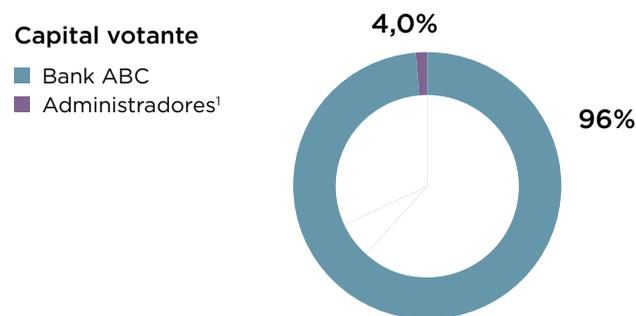
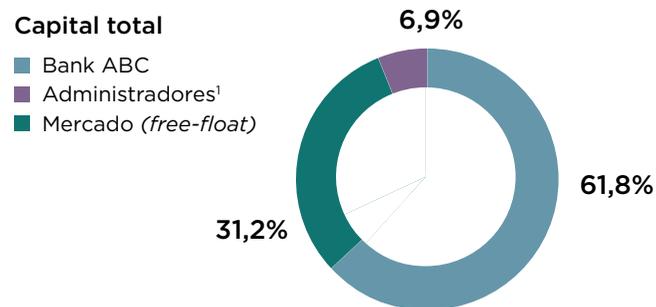
Com sua participação em várias entidades, a organização acompanha as discussões do setor. Além disso, atua ativamente no Comitê de Sustentabilidade da Febraban e é colíder no Comitê de Risco Socioambiental da ABBC.

Na Anbima, o ABC Brasil tem representação ativa nos fóruns de discussão de ESG, com participantes no Grupo Consultivo de Sustentabilidade, além de Grupos de Trabalho (GTs) específicos, como o GT de Diversidade e GT de Melhores Práticas de Ofertas Públicas – nesse último como coordenador.

Governança corporativa

Composição acionária

Em 31 de dezembro de 2021, a composição acionária do ABC Brasil estava representada da seguinte forma:



¹ Administradores inclui executivos, membros do Conselho de Administração e pessoas vinculadas

Instâncias decisórias GRI 102-18 | GRI 207-2

O ABC Brasil é administrado por um Conselho de Administração, que realiza o trabalho de supervisão das atividades do Comitê Executivo, observando-se os poderes e as atribuições estabelecidos no Estatuto Social. O Conselho de Administração é assessorado pelo Comitê de Auditoria, Comitê de Remuneração e Comitê de Riscos.

O Comitê de Auditoria supervisiona a independência da Auditoria Interna no ABC Brasil e suas atividades (efetividade e desempenho) e as reporta regularmente ao Conselho de Administração. A Auditoria Interna (com linha matricial de reporte ao Group Audit) segue toda a metodologia de auditoria do acionista controlador, que realiza também a revisão da qualidade dos trabalhos no Brasil.

Conselho de Administração

Composto por seis membros, dos quais dois independentes, responde pela orientação geral dos negócios, incluindo a estratégia de longo prazo e o controle e a fiscalização do desempenho dos negócios. Os conselheiros são eleitos em Assembleia Geral para mandatos unificados de dois anos, permitida a reeleição, e podem ser residentes no Brasil ou no exterior.

Conforme divulgado na Proposta da Administração em relação às matérias que serão debatidas em Assembleias Gerais Ordinária e Extraordinária de 2022 (AGOE 2022), com datas previstas para 29 de abril, foi proposta a nova composição do Conselho de Administração do ABC Brasil: Khaled Said Ramadan Kawan (Presidente); Anis Chacur Neto; Brendon Hopkins; Nicholas Church; Tony G. Barbari; e Roberto Pedote (Conselheiro Independente). [Clique aqui](#) para acessar a Proposta da Administração para a AGOE 2022 na íntegra.

Composição GRI 102-22

Anwar Ali Al Mudhaf

Presidente

Anis Chacur Neto

Vice-Presidente

Vernon Handley

Conselheiro

Brendon Hopkins

Conselheiro

Fernando Fontes Iunes

Conselheiro Independente

Roberto Pedote

Conselheiro Independente

Comitês de assessoramento

Comitê de Auditoria - Órgão de assessoria ao Conselho de Administração. Supervisiona as atividades consolidadas do ABC Brasil e promove a intermediação entre as auditorias interna e externa e responsabilidades quanto à qualidade e integridade das Demonstrações Financeiras; qualificação e independência dos auditores internos e externos; desempenho dos auditores internos e externos e qualidade e eficácia do sistema de controles internos, incluindo aderência às leis e aos requerimentos regulatórios.

Comitê de Risco do Conselho - Responsável pela supervisão de processos de gestão de riscos, aprovação das políticas, revisão e monitoramento dos ambientes macroeconômico, legal e regulatório, com foco no impacto nos negócios e índices de capitalização.

Comitê de Remuneração - Tem entre suas atribuições elaborar a política e propor ao Conselho de Administração as diversas formas de remuneração e benefícios, além de programas especiais de recrutamento e desligamento dos administradores.

Comitê Executivo

Formado pelo Presidente e pelos Vice-Presidentes da Instituição, conforme estabelecido no Estatuto Social, atua como fórum institucional de caráter decisório para discussão e aprovação de assuntos atribuídos pelo Conselho de Administração e de interesse da instituição. Seu escopo de atuação também inclui a responsabilidade da gestão da organização. Para maiores informações [acesse o Estatuto Social](#).

Composição

Sergio Lulia Jacob

Presidente

Antonio José Nicolini

Vice-Presidente Financeiro

Antonio Sanchez Junior

Vice-Presidente Comercial

Jose Eduardo Cintra Laloni

Vice-Presidente Internacional e de Banco de Investimentos

Marco Antonio Ascoli Mastroeni

Vice-Presidente de Negócios Digitais, TI, Produtos e Operações

Renato Pasqualin Sobrinho

Vice-Presidente de Riscos

Sergio Ricardo Borejo

Vice-Presidente Administrativo & Diretor de Relações com Investidores

Compliance GRI 102-17

A gestão de *compliance* no ABC Brasil tem como objetivo garantir a conformidade com leis, regras e normas, além de garantir a prevenção a lavagem de dinheiro e ao financiamento ao terrorismo. A instituição possui um fluxo estruturado para o tratamento de normas, abrangendo as etapas de captura, distribuição, acompanhamento e cumprimento, sendo que todos os processos estão definidos em normativos internos. A estrutura e o fluxo para tratamento do risco regulatório envolvem diversas áreas internas e são compostos por: estrutura de três linhas de defesa; acompanhamento de projetos de lei, editais e consultas públicas; captura de novas normas e definição de planos de ação; relacionamento com reguladores e entidades de representação; acompanhamento de planos de ação; e controle de cumprimento de decisões judiciais e de eventuais Termos de Ajustamento de Conduta (TAC) em ações civis públicas.

Internamente, entre as ações preventivas adotadas estão a leitura obrigatória das políticas por parte dos colaboradores, que declaram estar cientes de suas normas, e a realização de treinamentos obrigatórios, tanto presenciais quanto virtuais e/ou eletrônicos, além do acompanhamento dos processos e procedimentos sobre

o tema. No processo de *onboarding* dos colaboradores, alguns treinamentos são obrigatórios:

- Prevenção a Lavagem de Dinheiro (PLD);
- Segurança da Informação;
- Risco Operacional;
- Programa Integridade;
- Lei Anticorrupção;
- *Suitability* - Derivativos;
- Investimentos Pessoais;
- Proteção de Dados;
- Código de ofertas Públicas;
- Código de Distribuição de Produtos de Investimentos;
- *Compliance* Regulatório.

Além dos treinamentos, está disponível o Guia de Compliance, *on-line*, no qual o colaborador tem acesso aos principais aspectos das políticas relacionadas ao tema.

No ABC Brasil, todos os colaboradores têm por obrigação evitar conflitos entre seus interesses pessoais e os da companhia ou dos seus clientes, e não devem promover quaisquer relações que possam ter potencial de conflito ou de comprometimento. Esse comportamento está previsto no **Código de Conduta**. Qualquer irregularidade deve ser relatada no canal de denúncias do ABC Brasil.

GRI 102-25



Nas comunicações internas, os profissionais têm acesso ao PLD News, que, em cada edição, propõe um tema e sua relação com a prevenção à lavagem de dinheiro. Em 2021, foi lançada a edição “Prevenção a Lavagem de Dinheiro e a Pandemia de Covid-19”.

O ABC Brasil conta ainda com um Sistema de Investimentos Pessoais, em linha com a Política de Investimentos Pessoais, que estabelece as diretrizes a serem seguidas por todos os colaboradores, caso desejem operar títulos e valores mobiliários, e principalmente para evitar a utilização inadequada de informações privilegiadas que se sobreponham aos interesses da instituição e de seus investidores e clientes. Pelo novo formato, o canal de solicitações, antes via *e-mail*, passou a ser o sistema Business Process Management (BPM), no qual a análise das informações é automatizada por meio de *software*, garantindo agilidade ao processo, com respostas imediatas às solicitações.

Vários outros avanços foram registrados em aspectos de *compliance*, Prevenção à Lavagem de Dinheiro (PLD), segurança da informação e prevenção à fraude.

A estrutura de PLD, por exemplo, passou por ajustes devido à estratégia da instituição de inovar em produtos e serviços – estrutura que é atualizada continuamente com base em *benchmarking* e consultas a organizações especializadas. Além disso, foi reforçado o acultramento das equipes a respeito da segurança da Informação em razão de novas tendências.

As mesmas práticas são adotadas envolvendo a Lei Anticorrupção. Os comportamentos para contemplá-la são tratados em treinamentos concebidos conjuntamente pelas áreas de Compliance e Recursos Humanos, atendendo não somente às determinações legais, mas também à cultura interna de tolerância zero frente a qualquer caso de corrupção.

O ABC Brasil se mantém alinhado às melhores práticas em torno desses temas por meio da integração com entidades setoriais – a exemplo da Febraban e ABBC, nas quais mantém representante nas comissões. Participa ainda das discussões promovidas pela Associação Brasileira de Bancos Internacionais (ABBI) e pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), disseminando os aprendizados e as conclusões para toda a equipe interna.

Em relação à cultura ética, o ABC Brasil também mantém sólida estrutura, que envolve o Código de Conduta, o Canal de Denúncias – meio para comunicações sobre desvios ou suspeitas relacionadas ao ambiente interno, garantido o anonimato do demandante – e o Comitê de Ética, que gerencia as demandas com o suporte da área de Compliance. Para o público externo estão à disposição, no mesmo sentido, o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), a Ouvidoria e o Canal de Denúncias. **GRI 102-17**

Na relação com o mercado, a companhia prima pela transparência e qualidade de suas comunicações – característica evidenciada em reconhecimentos e *feedbacks* de investidores de rendas variável e fixa, analistas e agências de *rating*, além dos colaboradores internos. Com cada um desses públicos, a área de Relações com Investidores mantém contatos frequentes, os atualiza de forma tempestiva e atende às demandas específicas, disponibilizando informações em um *website* dedicado (ri.abcbrasil.com.br), que também disponibiliza o canal Fale com RI (ri@abcbrasil.com.br). No *website* de RI, o investidor encontra os documentos e informações divulgados ao mercado para auxiliá-lo em suas análises e na avaliação dos negócios do ABC Brasil.

Ética e integridade

O Código de Ética do ABC Brasil estabelece os parâmetros comportamentais que devem nortear a conduta dos administradores e colaboradores. Para a companhia, as atividades bancárias são baseadas em confiança mútua, razão pela qual é essencial que todos os profissionais ajam sob os mais adequados padrões. Todos têm ciência de que devem manter elevado padrão de integridade profissional e sigilo sobre assuntos financeiros, comerciais e pessoais relativos aos clientes. Além disso, o código dispõe de questões relacionadas a operações dos funcionários, lavagem de dinheiro, agentes de fiscalização e auditores, presentes e hospitalidades e canal de denúncias.

Programa de Integridade GRI 207-1

A companhia conta com o Programa de Integridade para Prevenção à Corrupção e a Outros Atos Lesivos à Administração Pública Nacional ou Estrangeira, composto por um conjunto de normas, procedimentos operacionais e de controle adotados de forma organizada e integrada, para melhor eficácia. O programa, de responsabilidade do Comitê de Integridade,

de, formado pelas áreas de Compliance, Recursos Humanos, Jurídico e Auditoria, contempla os seguintes procedimentos operacionais e de controle e mecanismos de integridade:

- Avaliação de riscos;
- Código de Ética, padrões de conduta, políticas e procedimentos;
- Gestão do relacionamento com terceiros;
- Gestão de operações societárias;
- Gestão em licitações, contratos públicos e interação com o setor público;
- Gestão de informações contábeis e financeiras;
- Comunicação e treinamento;
- Apuração de denúncias e infrações e aplicação de medidas disciplinares;
- Controles internos e monitoramento;
- Melhoria contínua.

As informações completas sobre o Programa de Integridade estão na página “informações mais detalhadas” e especificidades a respeito do programa podem ser encontradas na página de Políticas & Programas do *website* de Relações com Investidores do ABC Brasil.

Canal de Denúncias

Alinhado ao compromisso com a integridade, honestidade e transparência na condução de suas atividades e negócios, o ABC Brasil mantém um Canal de Denúncias e assegura o tratamento adequado dos fatos comunicados, com isenção de julgamento de valores e proteção dos dados do denunciante, que pode encaminhar o relato com identificação ou de forma anônima.

A existência do canal é amplamente divulgada aos colaboradores e disponível a fornecedores, clientes e outras partes interessadas por meio do **website institucional**, do *e-mail* (denuncia@abcbrasil.com.br), do *telefone* (+55 11 3170-2113) e por correspondência.

Todas as ocorrências são administradas pela área de Compliance e tratadas com sigilo absoluto. Durante o ano foram registradas duas ocorrências, 100% delas tratadas e investigadas, constatada a procedência de apenas uma. **GRI 102-17 | FN-CB-510a.2**





Gestão de riscos GRI 102-11 | 102-15

Para o ABC Brasil, ao identificar e monitorar fatores de risco e ameaças, a gestão de riscos facilita a otimização da alocação de recursos, auxilia no desenvolvimento das corretas medidas de mitigação e viabiliza a perenidade dos negócios. Dessa forma, desempenha um papel importante na criação de retorno para os acionistas.

Gestão de riscos é responsabilidade de todos os colaboradores, que contam com o apoio e desafio construtivo da área Gestão de Riscos. A área responde à Vice-Presidência de Riscos e combina times de especialistas e generalistas que, de forma integrada e independente, atuam na identificação, avaliação, mensuração e no gerenciamento dos riscos enfrentados na condução dos negócios, operações e estratégias da instituição.

Compõem a área de Gestão de Riscos as seguintes gerências e coordenação:

- Gerência de Risco de Mercado e Liquidez;
- Gerência de Risco de Crédito e Risco Integrado;
- Gerência de Risco Socioambiental e Sustentabilidade;
- Gerência de Risco Operacional, Controles Internos e Risco Cibernético;
- Coordenação de Modelagem de Crédito.

Ao longo da pandemia de Covid-19, nos últimos dois anos, a área de Gestão de Riscos atuou de forma intensiva no desenvolvimento de medidas de contingência que suportaram a adoção de modelos de trabalho remoto e híbrido e implementação e monitoramento de medidas de segurança nos escritórios.

Ao mesmo tempo, atuou no desenvolvimento e na implementação de programas de monitoramento e mitigação de riscos que viabilizaram a continuidade dos negócios com os clientes e a participação do ABC Brasil em programas governamentais de apoio relacionados à pandemia, como o Programa Emergencial de Acesso a Crédito (PEAC).

Além de assegurar sólida estrutura de gestão de riscos, o ABC Brasil mantém relacionamento intenso e construtivo com a indústria financeira, o que contribui para o estabelecimento de critérios de negócio ainda mais saudáveis, e, consequentemente, reduz a exposição a riscos.

A GESTÃO DE RISCOS NO ABC BRASIL SEGUE MODELO DE TRÊS LINHAS DE DEFESA

1ª LINHA

A 1ª linha é a área que conduz a atividade e assume responsabilidade primária por identificar e gerenciar os riscos, assegurando capacidade para controles efetivos com processos de autoavaliação periódicos.

2ª LINHA

A 2ª linha é composta pela área de Gestão de Riscos e, para certos assuntos, também inclui as áreas de Finanças, Compliance/Prevenção de Lavagem de Dinheiro. Assegura de forma independente que a 1ª linha de defesa esteja capacitada para identificar, mensurar e gerenciar os riscos de acordo com as políticas da organização e de seus parâmetros de apetite ao risco. A 2ª linha também atua fortemente no fomento da cultura de gestão de riscos e reportes ao Comitê de Risco Operacional, Compliance e Segurança da Informação, Comitê Financeiro, Comitê Executivo e Comitê de Risco do Conselho.

3ª LINHA

A Auditoria interna atua como a 3ª linha de defesa, analisando de forma independente os processos, controles internos e programas de gestão de riscos por meio da condução de auditorias gerais e temáticas.

Avaliação de risco socioambiental **GRI DMA**

O ABC Brasil acredita na relevância da responsabilidade de avaliar as operações das quais participa, de forma a mitigar possíveis riscos relacionados à sustentabilidade. Assim, procura construir uma cultura de gestão de risco socioambiental, considerando em suas estratégias de negócios a análise desses riscos, previsto em sua **Política de Responsabilidade Socioambiental**.

O risco socioambiental é transversal, e não antecipá-lo e geri-lo pode trazer consequências para a instituição, impactando em outros riscos, como de crédito, legal, reputacional e de mercado. Esses impactos podem exigir ressarcimento de danos ou pagamento de multas, atrasar ou interromper projetos em andamento ou mesmo afetar a capacidade de pagamento dos clientes.

As áreas que contemplam relacionamento com os clientes atuam como primeira linha de defesa para garantir que as estratégias de originação e condução da relação sejam baseadas no conhecimento do perfil de risco socioambiental dos clientes e que as transações estejam alinhadas ao apetite de risco e aos objetivos estratégicos

delineados na Política Responsabilidade Socioambiental.

A metodologia adotada define que área de Crédito, por meio do quadro de analistas, execute a análise de risco socioambiental com base nos critérios definidos pela área de Risco Socioambiental.

A área de Risco Socioambiental, além de definir os critérios de análise, realiza avaliações específicas para casos de maior complexidade, gerencia a estrutura de identificação de riscos, implementa e gere sistemas de monitoramento e bancos de dados. O Comitê de Crédito tem competência para tomar decisões sobre riscos socioambientais e de imagem associados a clientes e transações específicas.

A aplicação do processo de gestão e análise de risco socioambiental consiste em avaliar os aspectos socioambientais com os quais o cliente esteja envolvido quanto ao atendimento à legislação ambiental, condições de trabalho, uso dos recursos naturais e gestão de resíduos, e estabelecer o seu nível de risco socioambiental conforme metodologia definida.

Nesse processo de avaliação, é atribuído ao cliente um *rating* socioambiental integrado ao modelo *rating* de crédito do atacado. Por essa prática, 100% dos clientes do ABC Brasil passam por análise de riscos socioambientais, desde um simples *screening* socioambiental até uma avaliação mais elaborada, conforme o caso. Nos últimos três anos, não foram detectados clientes bloqueados por risco significativo em razão de contrariarem os valores estabelecidos nas políticas relacionadas à utilização de mão de obra análoga à escrava ou infantil e exploração da prostituição. **GRI 205-1 | GRI 408-1 | GRI 409-1 | GRI 412-1 | GRI G4-FS10 | GRI G4-FS11**

Para garantir a eficiência desse processo, a área de Risco Socioambiental faz parte do *onboarding* de gerentes comerciais, aos quais é apresentado o processo de avaliação de risco socioambiental. A área também trabalha em conjunto com o departamento Jurídico na elaboração de cláusulas socioambientais, inclusas em todos os contratos, e elabora conteúdos e aplica treinamentos para as áreas envolvidas no processo. Em 2021, foram realizados sete treinamentos destinados à área Comercial, totalizando 122 colaboradores capacitados em gestão de risco socioambiental em 193,5 horas de curso. **G4-DMA**





Análise, parecer e *rating* de risco socioambiental

A instituição desenvolveu um processo de análise de risco socioambiental para suas contrapartes contemplando a concessão de crédito e renovação de limites para clientes do segmento atacado. Adicionalmente, implementou o Sistema de Gestão de Risco Socioambiental para consolidar todo o processo de análise e assegurar um ambiente de base de dados. O processo considera o risco potencial e o risco avaliado dos clientes, que decorrem dos seguintes fatores:

Risco potencial

- Potencial de impacto socioambiental inerente à atividade da contraparte;
- Produto de crédito que será concedido à contraparte.

Risco avaliado

- Capacidade de gestão socioambiental da contraparte;
- Apontamento socioambiental da contraparte (eventual).

Nesse sistema, são avaliados fatores como a tipologia de negócio dos clientes e sua capacidade de gestão socioambiental capturada pelo Questionário Socioambiental*. Após a inserção dos dados e análise, é gerado automaticamente o *rating* socioambiental.

QUESTIONÁRIO SOCIOAMBIENTAL*

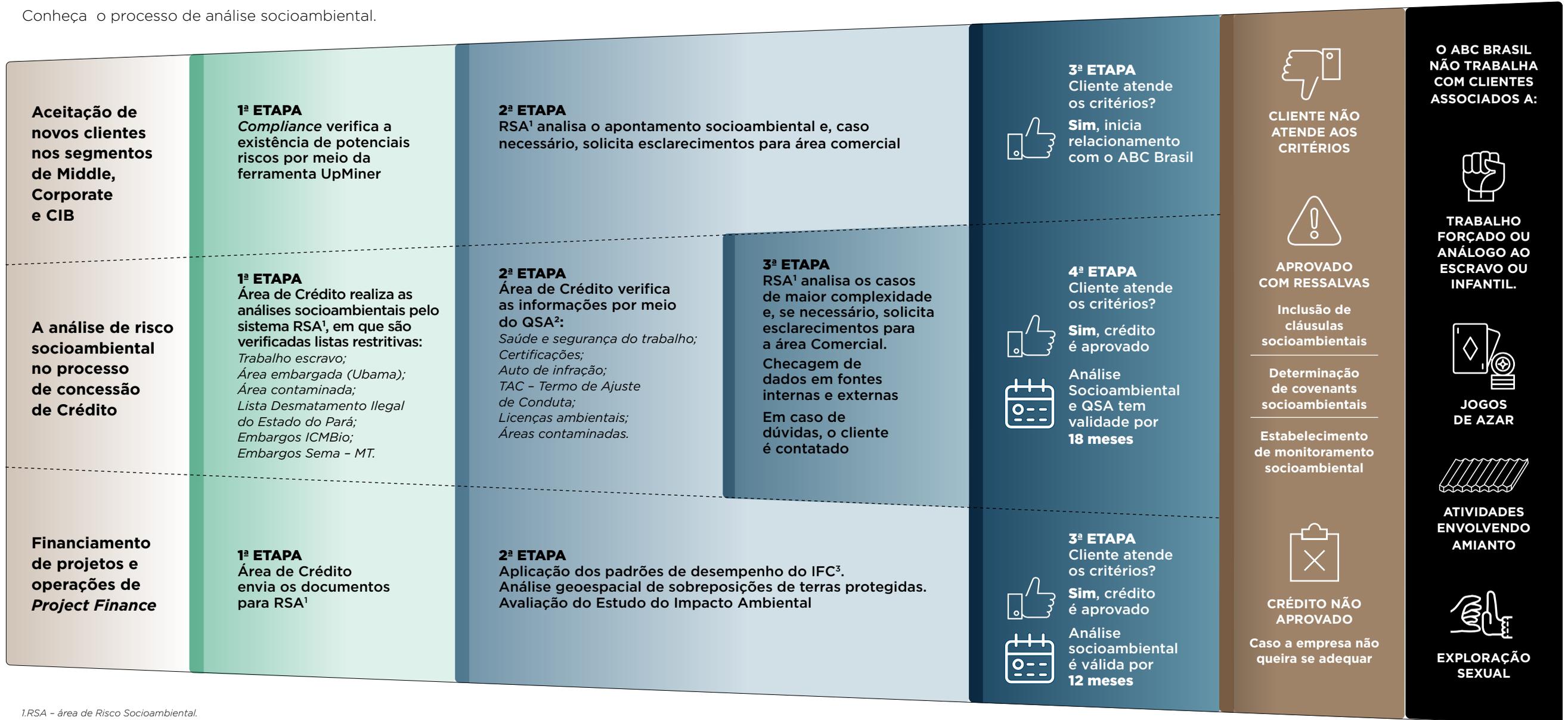
Instrumento preenchido pelo próprio cliente com o objetivo de avaliar a capacidade de gestão socioambiental e identificar a forma de gestão do tema em sua empresa. O documento é composto por três aspectos:

- **Aspectos gerais:** busca identificar se a empresa possui compromisso socioambiental que possa ser verificado em políticas, normas, regulamentos internos, área dedicada à responsabilidade socioambiental, incentivo à realização de cursos e treinamentos sobre o tema, existência de códigos de conduta e critério de seleção de fornecedores que possuem compromisso socioambiental, entre outros;
- **Aspecto ambiental:** busca identificar se as atividades da empresa estão sujeitas a licenciamento ambiental, certificações, e se há atuações ou inquéritos em andamento. É verificado se a empresa necessita de autorizações específicas, como Certificado de Qualidade em Biossegurança (CQB), Cadastro Técnico Federal (CTF) e Transporte de Resíduos Perigosos, entre outros;
- **Aspecto social:** busca identificar questões de saúde e segurança do trabalho, questionado se o cliente está sofrendo atuações ou inquéritos relacionados a condições de trabalho, ocorrência de acidentes de trabalho, entre outros.

Ao final, as respostas são avaliadas e a forma de gestão desses temas é classificada como Excelente, Boa, Regular ou Ruim. Durante o ano de 2021, o ABC Brasil instituiu um Questionário Socioambiental específico para o setor de Mineração com o objetivo de capturar informações de barragens em suas operações. O infográfico a seguir mostra o processo de análise de Risco Socioambiental do ABC Brasil.

Como funciona a Análise de Risco Socioambiental no ABC Brasil

Conheça o processo de análise socioambiental.



1.RSA - área de Risco Socioambiental.

2.QSA - Questionário Socioambiental é condicionado conforme critério de aplicação, levando em conta a combinação entre setor de atividade do cliente e produto de crédito.

3.IFC - International Finance Corporation.

A photograph of three business professionals in an office setting. On the left, a woman with long dark hair is smiling. In the center, a man with short dark hair is seen from the back, wearing a light-colored patterned shirt. On the right, a man with a beard and glasses, wearing a dark suit, is smiling and looking towards the other two. The background shows a bright office with a desk and a window.

ATUAÇÃO ALINHADA À GERAÇÃO DE VALOR

Clientes, produtos e canais são os aspectos contemplados na ambição da instituição, norteadas ainda por parâmetros de sustentabilidade.

Resultados operacionais e financeiros GRI 201-1

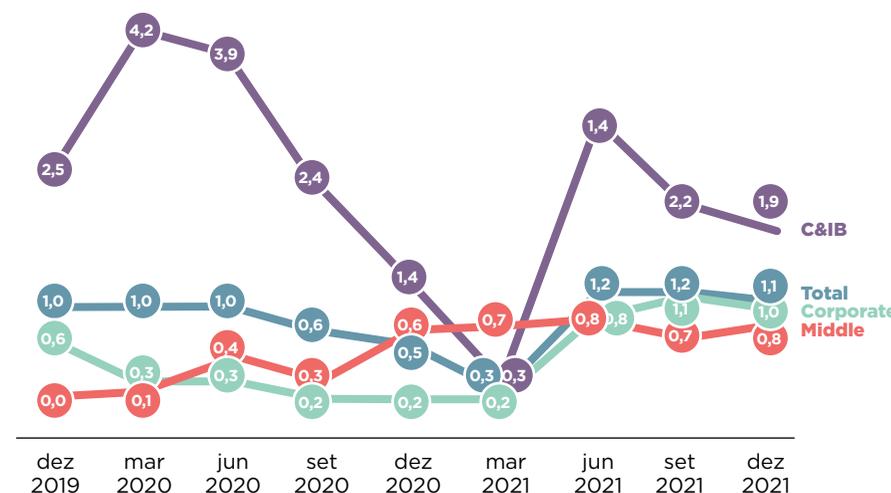
O ABC Brasil encerrou 2021 com uma forte expansão de sua base de clientes, acrescentando no período 852 clientes totais e 375 clientes com exposição de crédito. Esse incremento equivale a uma expansão de 32% nos últimos 12 meses, encerrando o ano de 2021 com 3.490 clientes totais e 2.322 clientes com exposição de crédito. Além de contribuir para o crescimento das receitas, essa tendência também reduz o *ticket* médio de exposição de crédito por cliente, melhorando a diversificação da carteira.

A Carteira de crédito expandida apresentou crescimento de 9,7% no comparativo anual, com destaque para o crescimento do segmento Middle, que teve expansão de 40,0% no ano e atingiu 7,9% de participação. O segmento Corporate continua sendo o mais significativo, com 54,0% de participação, seguido do C&IB, com 38,1% ao final de dezembro de 2021.

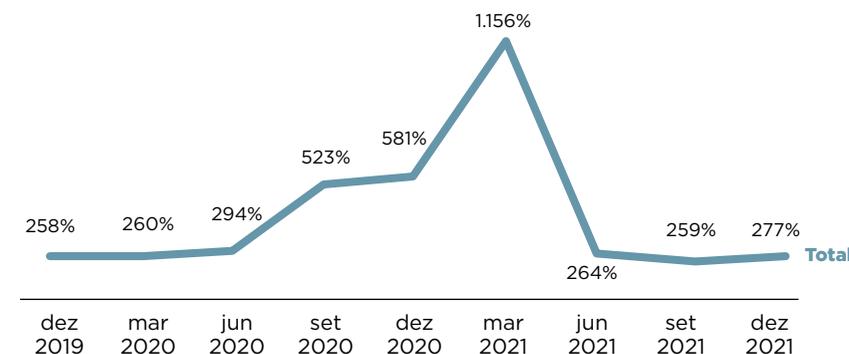
Em paralelo, e confirmando o bom momento do ciclo de crédito, as Operações com atraso Acima de 90 Dias como percentual da Carteira de empréstimos encerraram o ano em 1,1%, em linha com a média histórica do ABC Brasil.

CARTEIRA DE CRÉDITO EXPANDIDA (R\$ MILHÕES)								
	Dez/21	% Total	Set/21	% Total	Var. 3 meses	Dez/20	% Total	Var. 12 meses
Empréstimos	23.253	100%	21.905	100%	6,2%	20.940	100%	11,0%
C&IB	4.209	18,1%	3.668	16,7%	14,8%	4.001	19,1%	5,2%
Corporate	16.129	69,4%	15.630	71,4%	3,2%	14.849	70,9%	8,6%
Middle	2.915	12,5%	2.608	11,9%	11,8%	2.089	10,0%	39,5%
Garantias prestadas	11.069	100,0%	11.435	100%	-3,2%	10.161	100%	8,9%
C&IB	8.712	78,7%	9.181	80,3%	-5,1%	8.124	79,9%	7,2%
Corporate	2.305	20,8%	2.213	19,4%	4,2%	2.004	19,7%	15%
Middle	52	0,5%	41	0,4%	25,4%	33	0,3%	54,6%
Títulos privados	3.393	100%	3.936	100%	-13,8%	3.277	100%	3,5%
C&IB	1.452	42,8%	2.148	54,6%	-32,4%	1.704	52,0%	-14,8%
Corporate	1.936	57,1%	1.783	45,3%	8,6%	1.573	48,0%	23,1%
Middle	5	0,1%	5	0,1%	(0,0)	0	0,0%	-
Carteira de crédito expandida	37.715	100%	37.276	100%	1,2%	34.378	100%	9,7%
C&IB	14.374	38,1%	14.996	40,2%	-4,1%	13.829	40,2%	3,9%
Corporate	20.370	54,0%	19.626	52,7%	3,8%	18.426	53,6%	10,5%
Middle	2.972	7,9%	2.654	7,1%	12,0%	2.123	6,2%	40,0%

Operações com atraso acima de 90 dias (parcelas vencidas e vincendas) % da carteira de empréstimos



Índice de cobertura (carteira de empréstimos) % saldo de PDD/Operações com atraso acima de 90 dias



Quanto ao Índice de cobertura, que considera a relação do Saldo de Provisão para Devedores Duvidosos (PDD) pelas Operações com atraso acima de 90 dias, atingiu 277%, apresentando nível adequado ao atual cenário de crédito e próximo ao patamar anterior à pandemia.

Em relação aos resultados financeiros, a Margem financeira totalizou R\$1.464,5 milhões, crescimento de 28,6% em relação ao ano anterior. Destaque foi a Margem financeira com clientes, que somou R\$986,4 milhões, impulsionada pelo melhor *mix* de produtos, fruto da ampliação da oferta de transações estruturadas aos clientes, e pela expansão do segmento Middle, que contribui com maiores *spreads*.

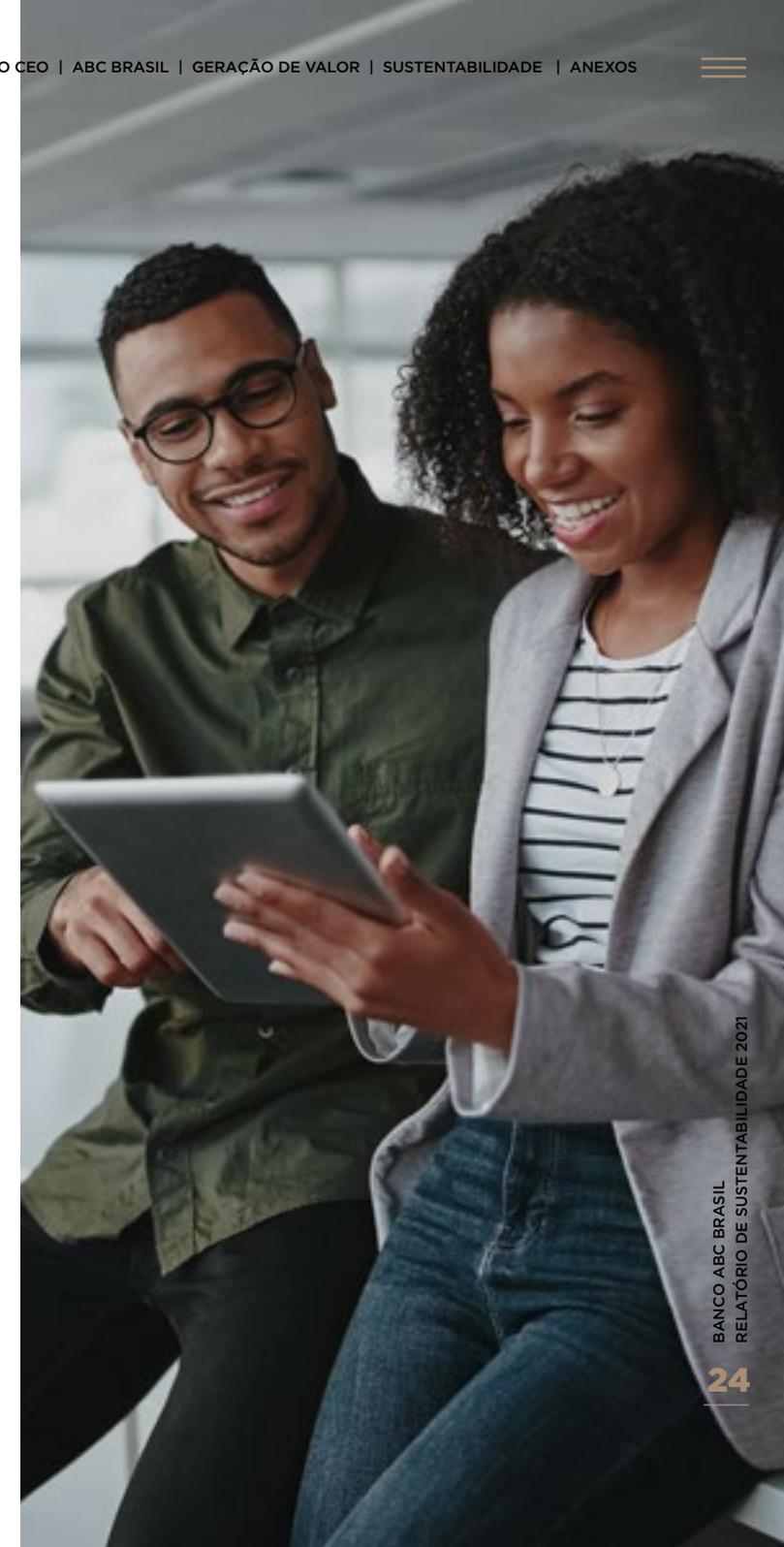
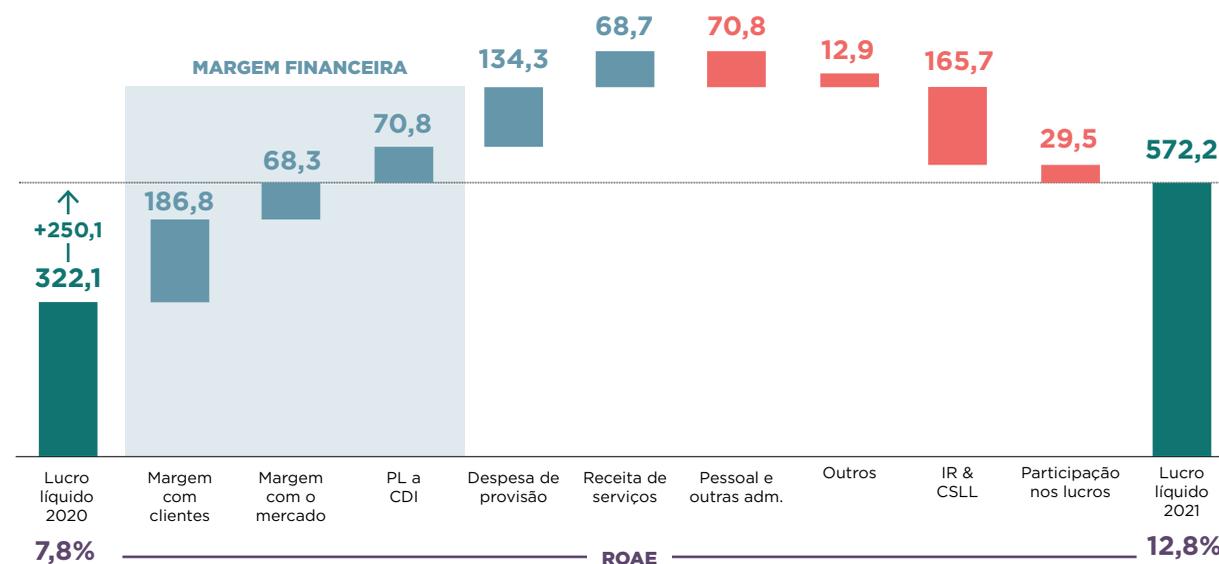
Já a Despesa de Provisão Ampliada foi de R\$193,0 milhões, queda de 42,9% na mesma comparação e representando 0,5% da Carteira de crédito expandida, consolidando a transição para uma fase no ciclo de crédito com menores despesas de provisão.

A Receita de serviços, por sua vez, atingiu R\$330,0 milhões, o que representa elevação de 26,3% em relação a de 2020, impulsionada pelo Banco de Investimentos, que apresentou receita recorde no período.

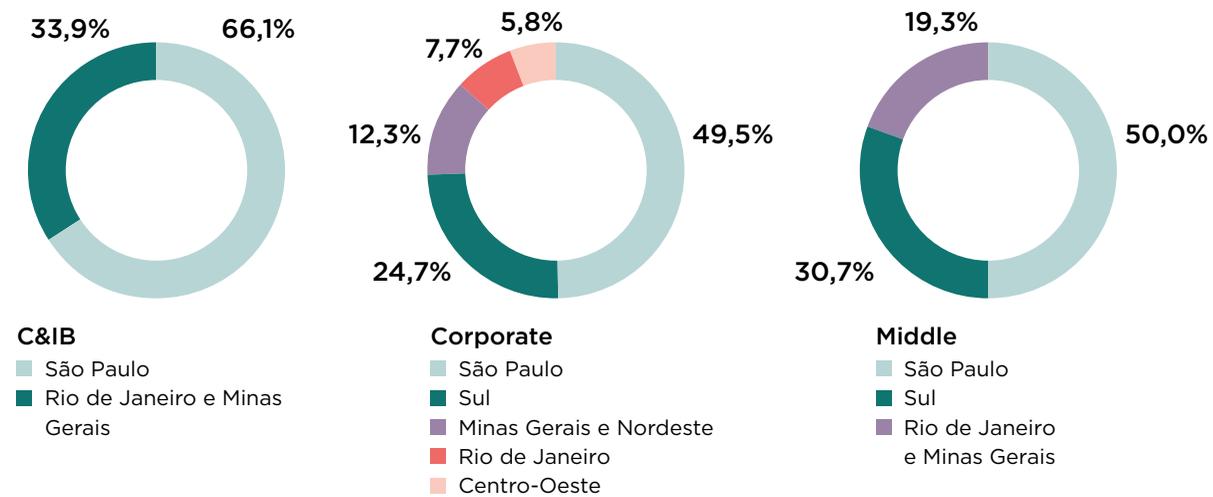
As Despesas de pessoal, outras despesas administrativas e de Participação nos Lucros (PLR) atingiram R\$590,5 milhões, crescimento de 20,5% em relação ao ano anterior. O aumento das despesas foi impactado por uma maior inflação no período e pelo desenvolvimento de iniciativas estruturantes, incluindo a continuidade da expansão no segmento Middle, o lançamento de linhas de negócio e as frentes de inovação e digitalização. Conforme essas iniciativas são desenvolvidas e ganham relevância, espera-se que acelerem o crescimento das receitas e diluam custos e despesas. O lucro líquido atingiu R\$572,2 milhões, representando crescimento de 77,7% em relação ao exercício anterior. Já o

Retorno Médio sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) foi de 12,8%, aumento de 500 pontos-base na mesma comparação.

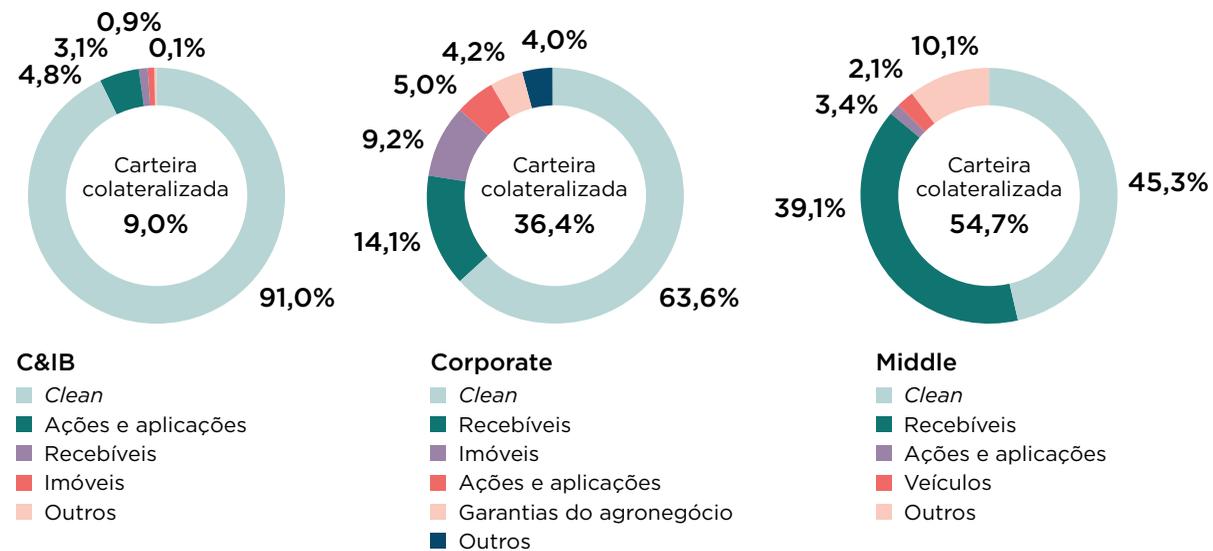
O aumento do resultado do ABC Brasil em relação ao exercício anterior é explicado, principalmente, pelo crescimento da Margem financeira com clientes, pela redução da Despesa de provisão e pela expansão do patrimônio líquido remunerado a CDI. O resultado foi parcialmente impactado por uma maior alíquota de Imposto de Renda e Contribuição Social ao longo do segundo semestre de 2021 e por maiores de pessoal e outras administrativas, resultado do desenvolvimento de iniciativas estruturantes.



Abertura geográfica da Carteira de crédito expandida por segmento **GRI G4 FS6**

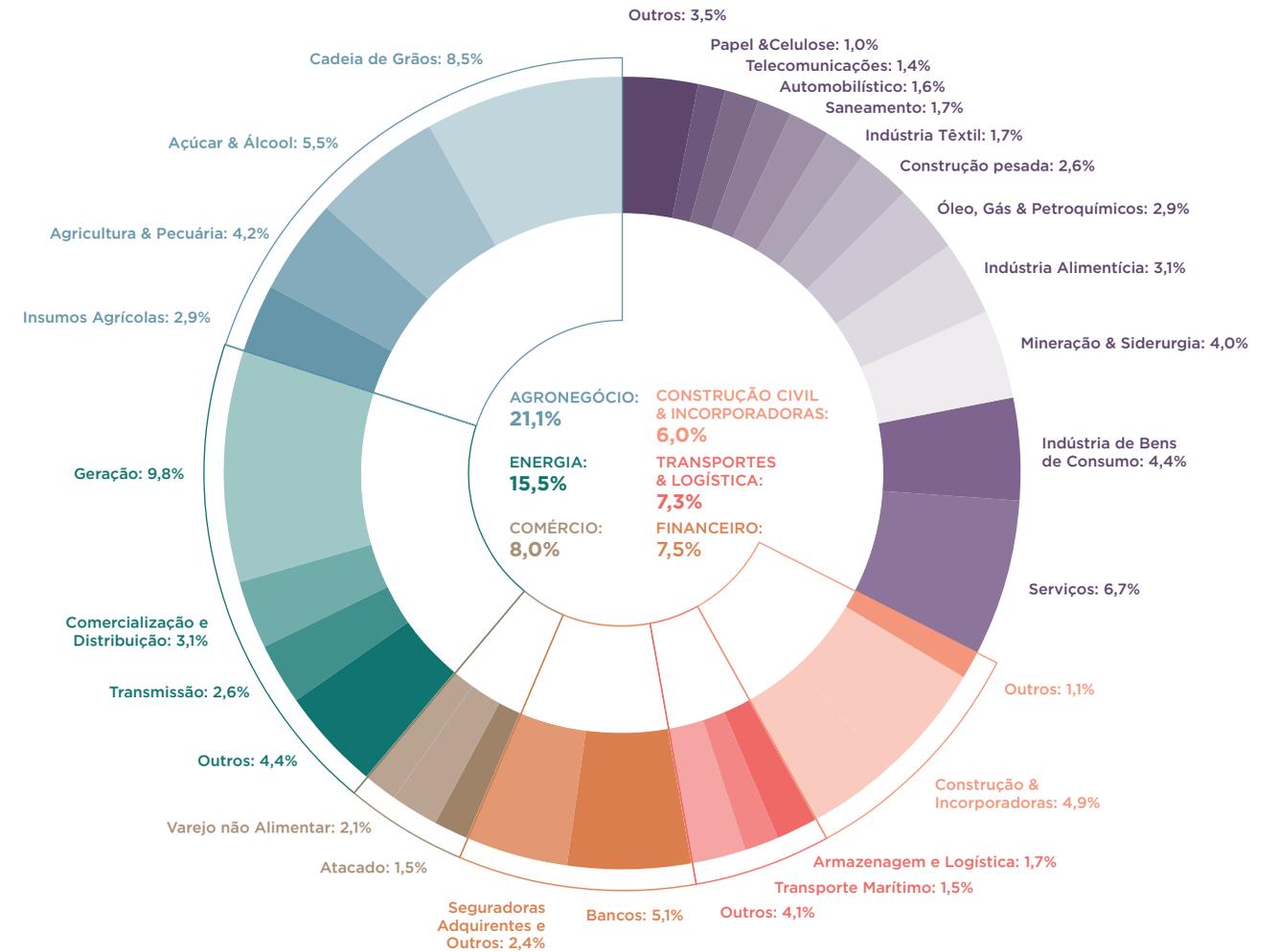


Abertura dos colaterais da Carteira de crédito expandida por segmento



Abertura setorial da carteira expandida **GRI G4 FS6**

Em dezembro de 2021, o ABC Brasil apresentou um portfólio de crédito bem diversificado e defensivo, com um incremento na participação dos subsetores de Agricultura & Pecuária (0,8 p.p.); Comercialização e Distribuição de Energia (0,8 p.p.); e Serviços (0,6 p.p.).



Para mais informações financeiras e operacionais, acesse os Earnings Releases e as Demonstrações Financeiras contábeis, disponíveis no *website* de RI: ri.abcbrazil.com.br

Estratégia de crescimento e novos negócios

O ABC Brasil é um banco de relacionamento e próximo dos seus clientes, focado não apenas na oferta de produtos e serviços, mas também na abordagem consultiva. É uma instituição que preza por relações de longo prazo e de extrema confiança. Por isso, sua ambição é: **“Ser o parceiro preferencial de grandes e médias empresas, de seus cola-**

boradores e fornecedores, baseado em uma relação personalizada, oferta de multiprodutos e modelo de serviço Omnichannel, alavancando talentos, tecnologia e análise de dados para entregar mais valor com práticas de negócios sustentáveis”. Essa ambição considera critérios de sustentabilidade e, para ser alcançada, contempla três pilares:



1. CLIENTES

- Expandir o número de clientes e o volume de transações;
- Servir a cadeia de valor dos clientes do ABC Brasil, incluindo colaboradores, fornecedores e os seus clientes.



2. PRODUTOS

- Expandir o portfólio de produtos;
- Alavancar na infraestrutura existente, diluindo o custo de aquisição e manutenção de clientes;
- Reduzir a dependência de linhas específicas de negócios.



3. CANAIS

- Utilizar canais de terceiros para distribuir produtos do ABC Brasil;
- Distribuir produtos de terceiros por meio dos canais do ABC Brasil.

Em 2019, o ABC Brasil iniciou um ciclo de investimentos visando diversificar sua atuação e iniciar o processo de transformação digital. O resultado desse investimento nos anos seguintes foi a criação do segmento Middle, o reforço da área de Banco de Investimentos e o lançamento de linhas de negócio, como a Comercializadora de Energia, a Corretora de Seguros, o ABC Link, o Credit to Enterprise (C2e) e o Crédito Consignado Privado.

Com esse movimento, a instituição passa a buscar uma cultura cada vez mais digital, que envolve processo gradual de ingresso em novos nichos e mantém atenção e rigor perante aspectos de responsabilidade socioambiental e governança. Esse novo desenho foi fortalecido em 2021 sob o amparo de um Comitê Executivo experiente e comprometido com a criação de valor a longo prazo.

ABC Link

Na captura de novos negócios, opera o ABC Link, iniciativa que visa à criação de canal alternativo de distribuição de serviços financeiros por meio de escritórios parceiros, utilizando a figura do correspondente bancário. Em 2021, no âmbito da iniciativa, foi iniciado processo de ga-

nho de escala, com foco na ampliação e no adensamento de sua presença geográfica, por meio da execução de um processo de Minimum Viable Product (MVP) com 28 escritórios parceiros em operação e um *pipeline* de mais de 50 escritórios interessados em se unir ao canal, que oferece prateleira de produtos, incluindo crédito, *cash management*, fianças, derivativos, câmbio, seguros e banco de investimentos.

Esses parceiros têm à disposição uma equipe de especialistas que colabora na evolução dos negócios, com a elaboração de diagnósticos, suporte à gestão de atendimento aos clientes e oferta de treinamentos, certificações e materiais de apoio.

No contexto da iniciativa, o ABC Brasil está criando a Universidade do ABC Link, com módulos direcionados ao desempenho eficiente da atividade de correspondente bancário. A instituição já ministra, em plataforma específica, os cursos indicados pela Febraban, que incluem aspectos como prevenção à lavagem de dinheiro e a fraudes. Adicionalmente, tem investido fortemente no próprio desenvolvimento tecnológico, com a aquisição de sistemas e suas integrações para apoiar a condução de novas iniciativas como o ABC Link.

Corretora de seguros

A ABC Brasil Corretora de Seguros iniciou suas operações no terceiro trimestre de 2021, com foco inicial em:

- **Seguro garantia:** linha diretamente ligada à análise de crédito corporativo, complementar à oferta já existente do ABC Brasil de garantias prestadas por meio de fianças bancárias;
- **Seguro prestamista:** seguro de vida de acionistas de referência em empresas;
- **Capital global:** seguro de vida em grupo.

A definição dos ramos iniciais de atuação foi estabelecida em conjunto com a área Comercial – incentivada a intensificar a relação com as áreas financeiras das empresas clientes – e após avaliação de mercado que apontou as modalidades de seguros mais aderentes aos produtos bancários.

Esse alinhamento, juntamente com a proteção adicional que a cobertura de seguros agrega aos clientes, favoreceu a rápida aceitação do novo serviço, resultando em um número crescente de transações e volumes segurados. Outro fator que contribuiu para os resultados foi a ampliação no número de clientes e transações do segmento Middle ao longo de 2021.

Pautada por resultados iniciais positivos, a ABC Brasil Corretora de Seguros passou a ofertar em janeiro de 2022 a corretagem de seguros de Ramos Elementares (Empresarial, Riscos Operacionais, D&O, E&O, Equipamentos, Riscos de Engenharia, Riscos Cibernéticos, Responsabilidade Civil e Frota) como parte do processo de ampliação do portfólio de linhas oferecidas a seus clientes. Os planos para 2022 incluem, além da consolidação do portfólio já em vigor, a expansão gradual para outras linhas de seguros, incluindo o seguro agrícola.

Crédito consignado

O crédito consignado privado foi inicialmente ofertado, entre maio e junho, aos colaboradores do ABC Brasil, que puderam acessar, simular e contratar o produto de forma 100% digital. Para isso, os processos e sistemas desenvolvidos haviam passado por testes, entre dezembro de 2020 e abril de 2021, que revelaram sua eficácia.

A partir de agosto, a instituição iniciou a prospecção em um universo de 700 clientes corporativos – principalmente do segmento Corporate – com limites de crédito pré-aprovados, que, em conjunto, empregavam cerca de 1,7 milhão de colaboradores.

A expectativa é que o produto ganhe velocidade de expansão e tenha participação crescente entre os clientes corporativos, tornando-os aptos a ofertá-lo aos seus profissionais.

Com o propósito de garantir a melhor escolha de seus clientes do consignado e de seus colaboradores, o ABC Brasil criou, em 2021, o curso *on-line* de Gestão Financeira. Disponibilizado na plataforma de ensino do ABC Brasil, o curso tem como foco auxiliar os colaboradores a encontrar soluções financeiras saudáveis para organizar a gestão de seus recursos. Para os clientes do consignado, permite que a organização apresente seus produtos para oferecer taxa de juros mais baixa. **GRI DMA**

Por meio de *podcasts*, atividades e simulados *on-line*, o curso é realizado em três módulos: Autoconhecimento, em que o participante realiza um raio-X das escolhas e verifica se elas se aproximam ou afastam de suas prioridades; Momento *check-up*, com a verificação da saúde financeira; e crédito e dívidas, em que há tratamento emergencial sobre como superar dívidas e usar o crédito consciente. No último módulo também são tratados reservas e proteção como abordagem preventiva, de

forma a mostrar a possibilidade de incrementar as economias com investimentos.

Soluções digitais

Em outra frente, dedicada a desenvolver um ecossistema digital de soluções bancárias e de gestão empresarial para os clientes do ABC Brasil e sua cadeia de valor, foram lançadas as operações do Credit to Enterprise (C2e), solução de crédito para pessoa jurídica embarcada em ecossistemas que possibilita a oferta de crédito por canais digitais de terceiros – incluindo *marketplaces*, ERPs (Sistemas de Gestão Integrados) e *softwares*.

O recurso está disponível via API (sigla em inglês para Interface de Programação de Aplicações), com alta escalabilidade e fácil conectividade, atuando por meio de esteiras automatizadas que englobam toda a esteira de contratação de crédito, do cadastro ao desembolso da operação.

Comercializadora de Energia

Com pouco mais de um ano de operação, em 2021 a empresa atuou ativamente em transações de antecipação de contratos e negociação no mercado livre de energia, o que levou à expansão das operações e possibilitou ao ABC Brasil avaliar os pontos de vista funcionais da atividade e identificar as sinergias com suas demais áreas.



Assim como a organização, o novo negócio passa por processo de expansão do portfólio de produtos, o que já resultou na inclusão de negociação de contratos de longo prazo (PPA) e transações de *flow* (compras de sobra de energia de geradores e venda de energia para *hedge* de GSF - Generation Scale Factor - fator de rebalanceamento de despacho das usinas de geração de energia).

O valor agregado ao ABC Brasil reside no fato de 30% de seus clientes integrarem diretamente ou indiretamente o setor energético e a maioria dos demais ser compradora no Mercado Livre de Energia. Isso significa apresentar oportunidades que vão além dos produtos financeiros e capazes de atender tanto os de consumo elevado quando os de menor demanda. Com essa vantagem competitiva, a comercializadora planeja ingressar em novos negócios e diversificar operações para ir além da geração de receita e se tornar relevante no mercado energético.

Mercado de capitais e Banco de Investimentos

O foco do ABC Brasil em mercado de capitais é gerar valor para os clientes emissores e investidores por meio de distribuição, assessoria e informação.

Renda fixa: foco no relacionamento e portfólio completo de serviços

Gerando valor para os clientes emissores e investidores por meio de distribuição, assessoria e informação



Distribuição: acesso a todos os canais



A área de Debt Capital Markets (DCM) auxilia os clientes na estruturação e distribuição de títulos de renda fixa no mercado de capitais. Trata-se da mais tradicional área do Banco de Investimentos do ABC Brasil, que, em 2021, consolidou o posicionamento da organização entre os dez maiores *players* nacionais no segmento de renda fixa – *status* mantido há cinco anos. Em 2021, precificou 47 transações (foram 21 em 2020), com volume total emitido de aproximadamente R\$6,2 bilhões no ano (R\$2,0 bilhões em 2020).

O ABC Brasil tem amplo acesso e relacionamento com os principais investidores do mercado local de renda fixa, principalmente os institucionais.

Uma nova forma de aproximar os investidores de mercado de capitais dos emissores e de temas importantes tem sido com o ABC SmartTalks*. Trata-se de uma série de eventos que busca endereçar as dúvidas que surgem durante os processos de *investor education*. O formato, que antes da pandemia era presencial e mais restrito, passou a ser *on-line* e aberto ao público.

Outra frente importante do Banco de Investimentos é a área de Fusões e Aquisições (M&A). Ao longo dos últimos anos, a organização posicionou sua franquia de M&A como um *player* relevante no mercado local. Foram mais de 50 transações concluídas com sucesso envolvendo empresas de controle familiar, estratégicas locais, estran-

geiros e fundos de *private equity*. Trata-se de transações relevantes nos mais diversos setores da economia, a exemplo de energia, consumo, mineração e infraestrutura. Esse resultado só foi possível graças a um time experiente e com profundo conhecimento sobre diversas estruturas de transações e setores.

Alinhada à cultura de servir o cliente com atendimento completo, o Banco de Investimentos desenvolveu outras duas frentes: Project Finance, de assessoria na análise de projetos de investimento, que representa uma porta de entrada para operações de mercados de capitais com a área de DCM; e a plataforma de Equity Capital Markets (ECM), que atua no processo de acesso dos clientes ao mercado de capitais de renda variável por meio de Ofertas Públicas Iniciais (IPO's) e Ofertas Subsequentes (*Follow-On's*), e que busca capturar sinergias com o banco comercial. Essa última iniciativa, lançada em 2019, permitiu ao ABC Brasil concluir a primeira transação de IPO ainda em 2020 e participar de mais quatro transações ao longo de 2021.

Atento aos movimentos do mercado, o Banco de Investimentos tem evoluído em relação aos temas de sustentabilidade, de forma a aperfeiçoar continuamente suas práticas. Para isso, também mantém representante no Grupo de Trabalho de Sustentabilidade da Anbima.

Eventos abertos ao público, reunidos sob o formato ABC SmartTalks, contribuem para sanar as dúvidas relacionadas ao mercado de capitais, no contexto do processo de *investor education*.

SMARTTALKS*

A ideia central do ABC SmartTalks é auxiliar os investidores no entendimento de questões importantes para a avaliação de ativos no mercado de dívida local. Os temas dos *webinars* são escolhidos a partir das dúvidas que surgem nos processos de *investor education*. Antes, o ABC SmartTalks acontecia em encontros presenciais com os investidores, incluindo palestras de consultores e a presença de especialistas. Hoje, o mesmo ocorre em *webinars* e fica disponível para todo o público.

O ABC Brasil disponibiliza em seu canal no YouTube as 14 edições do ABC SmartTalks, encontros em que foram abordados os mais variados temas setoriais, como projeção de tráfego em rodovias, avaliação de riscos em usinas eólicas e problemas regulatórios das hidrelétricas. Também foram objeto de discussão os setores de saneamento, educação, logística e *real estate*.

Em 2021, foram realizados sete *webinars*: Recuperação judicial e garantias, para melhor compreensão da probabilidade, prazo e condições de recuperação de ativos de crédito; Geração Distribuída, segmento que tem crescido exponencialmente no mercado de energia; Revenda de insumos agrícolas, para entender como o negócio de revenda de insumos está se transformando na conjuntura atual; *Real estate*, para abordar como a dinâmica de custos, demanda e juros ditou o ritmo de lançamentos no segundo semestre; Discussão setorial sobre geração, debate sobre o diagnóstico e as soluções para o setor de geração de energia frente à pandemia de Covid-19; Discussão setorial sobre rodovias, com o diagnóstico e as soluções para o setor de rodovias também frente à pandemia de Covid-19; e Fibra ótica, conversa sobre o mercado regional de fibra ótica, transformações no setor, consolidação dos *players* locais e oportunidades.

Inovação e tecnologia

Parte do satisfatório desempenho dos negócios em 2021 se deve à adoção intensiva de tecnologia pela organização, o que permitiu melhorar as condições de atendimento aos clientes, além de otimizar e enriquecer os modelos de crédito e as precificações dos produtos. O uso de tecnologias também contribui para originar operações com análises mais assertivas de seu perfil de risco e, conseqüentemente, contribuir para um melhor índice de inadimplência.

O aspecto tem sido aprofundado internamente nos últimos três anos, quando investimentos foram intensificados na formação de pessoas, em inovação e em tecnologia. Isso porque, no caso do produto bancário, a diferenciação das instituições está bastante ligada à experiência que podem proporcionar aos seus clientes. Para contemplar esse entendimento, o ABC Brasil tem contado com o apoio de consultoria externa na reavaliação de sua estrutura tecnológica, de forma a suportar a maior escala esperada e proporcionar um nível elevado de serviço.

Do ponto de vista operacional, destacam-se, nesse sentido, os ganhos na melhoria de processos, que têm permitido acomodar com tranquilidade a forte expansão do segmento Middle e atender de forma mais dinâmica os clientes, principalmente

em operações que envolvem pagamentos e recebimentos – para as quais foi estruturada uma célula que conta com a participação de diversas áreas.

Em relação à inovação, dois desafios superados com sucesso no ano foram o início das operações de crédito consignado privado, de forma 100% digital, e a concessão de crédito no âmbito dos *marketplaces*, por meio do Credit to Enterprise (C2e) – processo totalmente digital e encapsulado em microsserviços utilizando computação em nuvem, permitindo a automatização de todo o processo de concessão de crédito para empresas de todos os portes, incluindo a simulação e solicitação de proposta de forma on-line, com os recursos podendo ser liberados no mesmo dia.

No mesmo contexto, está em andamento o ABC Tryouts, programa de intraempreendedorismo que, na segunda edição, consiste em dar oportunidade aos funcionários do ABC Brasil de propor soluções para problemas dos clientes. É uma espécie de banco de ideias, em que as sugestões são cadastradas e pré-selecionadas e seus autores capacitados a desenvolvê-las a partir de metodologias específicas. Em 2021, foram apresentados 60 projetos, de 39 colaboradores, dos quais 20 passaram pela



primeira seleção e fizeram a modelagem de seus negócios para apresentação a um comitê de diretores de diversas áreas. Essa instância elegeu cinco iniciativas que, submetidas ao Comitê Executivo, resultaram em três aprovadas e encaminhadas para execução das Provas de Conceitos com o mercado, resultando em duas novas soluções: a plataforma digital de negociação de precatórios “Celeris” e a Corretora de Seguros do ABC Brasil.

A abordagem digital é fruto também de pesquisas com os clientes e coleta de suas percepções, que baseiam as melhorias e o desenvolvimento de soluções. O ABC Personal, por exemplo, incorporou funcionalidades em linha com o novo perfil da organização, de banco multiprodutos. Na plataforma foram inseridos serviços como pagamentos e recebimentos, transferências e operações de crédito consignado privado, cuja contratação ocorre diretamente no aplicativo. Para intensificar a segurança, foi também implantada a biometria facial.

A área de Tecnologia atua de forma coordenada com a de Segurança da Informação e de Infraestrutura para tratar os chamados *cyber risks*, conduzindo testes de resiliência, buscando soluções de proteção e avaliando continuamente os sistemas internos e dos parceiros.

INOVAÇÃO ABERTA

Em linha com sua transformação digital, o ABC Brasil lançou no ano o Startek, programa de inovação aberta para viabilizar a conexão com *startups* e *fintechs* capazes de contribuir para a solução de desafios da instituição e de seus clientes. A iniciativa, em parceria com a empresa de inovação Distrito, visa identificar novas oportunidades de negócios por meio do desenvolvimento de projetos e soluções digitais. Na primeira edição, foram definidos desafios baseados em três eixos de negócios: Now, focado na melhoria de projetos e produtos já existentes; Next, para a criação de soluções no médio prazo; e New, cuja proposta é testar modelos de negócios para o longo prazo. Como resultado, foram selecionadas três das 20 *startups* analisadas, que já iniciaram o trabalho de desenvolvimento de soluções com o ABC Brasil.

Privacidade e proteção de dados

O ABC Brasil detém processos robustos relacionados à Segurança da Informação, com testes regulares de vulnerabilidade que vão além das exigências regulatórias e treinamentos constantes dos colaboradores – iniciativa reforçada em 2021 com a realização de simulados internos (*phishing*). A organização mantém ainda um representante no Grupo de Trabalho da Febraban dedicado ao tema, de forma a assegurar que suas medidas de proteção estejam atualizadas e para contribuir com os avanços do mercado.

Além de ter aplicado todas as adequações impostas pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) nos dois últimos anos, o ABC Brasil desenvolveu a própria estrutura de privacidade de dados, com ferramentas globais de controle e mapeamento dos tratamentos de dados pessoais dos clientes. O ABC Brasil tem investido ainda na qualificação de suas equipes, considerando a diversificação de negócios que contempla, como o crédito consignado privado, que amplia o leque de clientes também para pessoas físicas.

A instituição já tem internalizada a cultura *privacy by design*, que consiste em adotar os aspectos de privacidade como orienta-

dores desde a concepção de produtos ou serviços. A metodologia é cercada de normas e complementada por políticas que abordam o tema – seis das quais foram lançadas em 2021. Para 2022 está prevista a publicação de outras cinco.

Prevalece ainda o conceito de governança de dados, diferencial que confere qualidade aos dados e possibilita tomar decisões mais assertivas, além de assegurar o rígido cumprimento de normas exigidas pelo mercado. Essa governança contempla gestão sustentável à medida que evita manuseio de dados – já que o seu fluxo é automático – e vazamentos, proporcionando segurança aos clientes.

São ainda conduzidos testes frequentes. Como primeira linha de defesa, a equipe de Segurança da Informação aplica os testes preliminares, intensificados anualmente pela área de Riscos. Todo o trabalho, acompanhado no âmbito do Comitê de Risco Operacional, Compliance e Segurança da Informação (CROCS), motivou a inclusão do risco relacionado à privacidade de dados na Matriz de Risco do ABC Brasil por entender que a jornada de privacidade e transparência é essencial a uma instituição financeira de atacado.

Relacionamento com clientes

No fim de 2021, o ABC Brasil mantinha 3.490 clientes totais e 2.322 clientes com exposição de crédito, crescimento de cerca de 32% em relação ao ano anterior. Essa evolução é fruto da estratégia de expansão do segmento Middle, marcada por investimentos em tecnologia, processos e pessoas para suportar o incremento no número de clientes. A oferta de instrumentos, ferramentas de gestão e recursos tecnológicos também tem ampliado a assertividade do relacionamento entre gerentes de relacionamento e clientes e, por consequência, sua produtividade.

O alinhamento dos profissionais de vendas à cultura corporativa é promovido desde o ingresso, quando passam por

período de integração, e continuado por meio de treinamentos frequentes – etapas que, em 2021 foram feitas remotamente, sem comprometer a qualidade. Os mecanismos de gestão operam no mesmo sentido, favorecendo a permanência de lideranças orientadas ao desenvolvimento dos negócios.

Além da equipe própria, são beneficiados por iniciativas de qualificação também os *officers* dos escritórios integrados à plataforma ABC Link. No decorrer do ano, 12 *webinars* temáticos foram promovidos para o time de escritórios parceiros, tratando de cultura do ABC Brasil e características dos produtos disponíveis. Inovador no mercado, esse movimento integrativo

de alinhamento com a gestão de negócios deve ser intensificado em 2022.

Outro foco é o avanço nas formas digitais de comunicação, materializado na reestruturação do Internet Banking, projeto com expectativa de conclusão em 2022 que tornará a instituição mais transacional, possibilitando acesso a autosserviços eficientes. A medida é fundamental frente à intenção de continuar ampliando a base de clientes.

As manifestações dos clientes expressas no NPS também são consideradas para a adoção de melhorias e construção de planos de ação na medida em que possibilitam identificar eventuais *gaps* e necessidades.

A expansão do segmento Middle levou a instituição a registrar alta de 32% no número de clientes em 2021 e a reforçar seus investimentos em tecnologia, processos e pessoas.

SUITABILITY ASSEGURADA

GRI 417-1 | GRI G4-DMA

O ABC Brasil detém estrutura robusta de *suitability*, cumprindo seu dever de verificação da adequação dos produtos, serviços e operações ao perfil do cliente – exigências consolidadas na instrução CVM 539 –, o que é realizado com rigor e comprovado com o envio de relatórios semestrais à Anbima.

Logo, os colaboradores habilitados a integrar o sistema de distribuição e os consultores de valores mobiliários não podem recomendar produtos, realizar operações ou prestar serviços sem que verifiquem sua adequação ao perfil do cliente. Ao encaminhar qualquer material ao cliente, o profissional deve se certificar de que o destinatário entende que o material não representa sugestão para contratar e que cabe à empresa avaliar a adequação do produto às suas necessidades/objetivos.

Um dos diferenciais do ABC Brasil em sua atividade de captação é a manutenção do Comitê de Suitability, responsável pela discussão dos assuntos referentes à Política de Suitability de Derivativos e fórum para tratar dos assuntos relacionados à política e seus procedimentos. Por meio desse comitê, a organização procura reforçar a confiança dos clientes, em linha com o seu perfil de banco de relacionamento.



A SUSTENTABILIDADE NO ABC BRASIL

Além da criação de uma área dedicada ao tema, foi criado um Steering Committee multidisciplinar, atuando como grupo de trabalho subdividido em quatro pilares.

O ABC Brasil teve como foco, em 2021, o fortalecimento e a internalização em seus negócios das temáticas de sustentabilidade. Como já mantinha adequada gestão de riscos socioambiental, os esforços foram concentrados em ampliar seus impactos positivos e evoluir nessa direção. Assim, criou a área de Sustentabilidade com o propósito de consolidar sua reputação em relação ao tema e nortear o relacionamento com todas as partes interessadas.

A nova estrutura coordena e executa iniciativas sustentáveis para o negócio, além de assegurar o atendimento das demandas de sustentabilidade exigidas pelos *stakeholders* e internalizar tendências e cenários referentes aos aspectos pertinentes. Em relação à agenda de sustentabilidade, a instituição também fortaleceu a governança interna e ampliou a transparência de suas práticas e iniciativas.

Além disso, o ABC Brasil está empenhado em ampliar o apetite de impacto, razão pela qual pretende avançar em iniciativas ESG capazes de apoiar e gerar valor em parceria com os *stakeholders*. A diretriz está alinhada à estratégia de negócios,

principalmente por fortalecer a parceria com os clientes via apoio na transição para negócios mais sustentáveis. Outro foco do ABC Brasil é a criação de soluções financeiras inovadoras em sustentabilidade e a identificação e captura de oportunidades de negócio para que sejam tanto viáveis quanto sustentáveis.

A pauta ESG é prioritária e estratégica para a instituição e, por isso, é estimulada, apoiada e acompanhada diretamente pelo Comitê Executivo e pelo Conselho de Administração. E, para além disso, foi instituído em 2020 um modelo de gestão em formato de rede, com a criação de quatro grupos de trabalho, direcionados e apoiados tecnicamente pela equipe de sustentabilidade, sendo eles: Institucional; Negócios sustentáveis; Impacto da atividade; e Social.

As principais áreas do ABC Brasil mantêm pontos focais que são responsáveis por coordenar e executar as atividades de cada um desses pilares – modelo que permite a amplitude da sustentabilidade, pois múltiplas áreas participam diretamente das atividades, tornando o tema transversal na organização.

PILARES DE ATUAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE



INSTITUCIONAL

Tem como finalidade, entre outros, seguir boas práticas e garantir padrões elevados de gestão dos temas de sustentabilidade; avaliar possíveis adesões a iniciativas nacionais e internacionais alinhadas ao seu propósito; manter o bom relacionamento com investidores e agências de *ratings*, atendendo às demandas relacionadas à sustentabilidade; colaborar para a construção de uma boa reputação em sustentabilidade; além de zelar pela ética e integridade em todos os passos dessa agenda.



NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS

Tem como atribuições identificar oportunidades no mercado de finanças sustentáveis; financiar e potencializar setores de impacto positivo; fomentar e viabilizar soluções e produtos sustentáveis para os clientes que possam contribuir com uma economia verde, de transição e de impacto positivo, além de identificar e se antecipar aos desafios globais.



IMPACTO DA ATIVIDADE

Inclui o compromisso com a mitigação e adaptação às mudanças do clima; maximização da ecoeficiência; e manutenção de relacionamento sustentável com a cadeia de fornecedores. Além disso, o pilar é o responsável pela promoção da cultura interna de sustentabilidade por meio do projeto de educação ambiental ABC Consciente.



SOCIAL

Agrega, entre outros objetivos, promover o respeito aos direitos humanos, a diversidade e inclusão; garantir uma boa gestão do capital humano; cooperar para o desenvolvimento socioeconômico da sociedade; e fomentar a cidadania corporativa.

Negócios sustentáveis GRI DMA

Em 2021, o ABC Brasil evoluiu na construção de sua estratégia de finanças sustentáveis com a internalização de diagnóstico das melhores práticas de mercado, elaborado por consultoria especializada. Esse trabalho inspirou a construção da ambição estratégica do ABC Brasil, em que negócios sustentáveis são prioritários na forma de relacionamento com as partes interessadas.

“Ser o parceiro preferencial de grandes e médias empresas, de seus colaboradores e fornecedores, baseado em uma relação personalizada, oferta de multiprodutos e modelo de serviços Omnichannel, alavancando talentos, tecnologia e análise de dados para entregar mais valor com práticas de negócios sustentáveis.”

Esse propósito já faz parte das atividades do ABC Brasil, uma vez que alocou, em 2021, aproximadamente R\$3,2 bilhões para o financiamento de projetos com foco em mudanças climáticas, saúde, educação, energia renovável, diversidade e criação de empregos.

GRI- 203-2 | GRI G4-FS7 | GRI G4-FS8

Uma das iniciativas foi a obtenção de linha de crédito no valor de US\$72,3 milhões com a Proparco, filial da Agência Francesa de Desenvolvimento (AFD), para apoiar projetos ligados ao combate de mudanças climáticas, impactando em especial empresas dos segmentos de agricultura e geração de energia elétrica. Com prazo de oito anos, a linha de financiamento contribuirá para a diversificação do portfólio da organização direcionado a projetos verdes, seja por meio da melhoria da eficiência energética de seus clientes, seja financiando investimentos de longo prazo em projetos de energia renovável.

Outra operação no mesmo sentido foi a primeira captação com o Banco do Brasil para o fomento de transações de ativos sustentáveis. Os fundos serão utilizados em atividades classificadas como sociais, de acordo com a Associação Internacional de Mercados de Capitais – Social Bond Principles (SBP). Adicionalmente, a operação apoiará a estratégia do ABC Brasil de conferir suporte a médias empresas, além de companhias do setor de saúde.

IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS SIGNIFICATIVOS				
	Unidade	2019	2020	2021
Número total de captações enquadradas como ESG	Quant.	3	3	4
Número total de DCM enquadradas como ESG	Quant.	8	6	3
Volume total de captações ESG e/ou com multilaterais	US\$	595 MM	580 MM	612 MM



Em novembro de 2021, o ABC Brasil também concluiu a primeira transação de classificação *Gender* do Trade Finance Facilitation Program (TFFP), programa desenvolvido pelo BID Invest que visa fomentar o comércio exterior sustentável por meio de empréstimos a Bancos da América Latina e Caribe.

O financiamento visa impactar empresas que possuam mulheres como CEO ou principal acionista, ou ainda empresas que contemplem em sua estratégia de negócio a diversidade de gênero. Essa transação contribui com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5, que trata de igualdade de gênero.

Ainda em 2021, o ABC Brasil concluiu o direcionamento dos recursos captados do *social bond* emitido em 2020 – ano em que foi escolhido pelo BID Invest como membro do Grupo BID, para a emissão do primeiro *social bond* emitido por um banco brasileiro no País por meio da emissão de Letras Financeiras. No valor de R\$525 milhões, com prazo de cinco anos, a transação ampliou o acesso a financiamento para quatro grupos de clientes: Pequenas e Médias Empresas (PMEs) das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do

Brasil; PMEs de qualquer região do País que tenham obtido financiamento durante a crise gerada pela Covid-19; PMEs de qualquer região do País que tenham sido financiadas para algum plano de expansão; e organizações de saúde do Brasil, de qualquer porte.

Além de beneficiar o desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro e do setor de finanças sustentáveis, essa transação configurou o primeiro *social bond* emitido por uma instituição financeira privada no mercado local e o primeiro *bond* temático adquirido pelo BID Invest no mercado brasileiro. O contrato previa o enquadramento dos fundos em dois anos, porém a expansão acentuada das operações do segmento Middle, bem como operações específicas do setor de saúde, permitiram o enquadramento em três meses.

Por sua atuação e a construção dessa agenda de finanças sustentáveis, o ABC Brasil participou da mesa de discussão no evento de lançamento de Guias Temáticos no Brasil, promovido pelo IDB Invest em parceria com a Anbima, para contar sobre sua trajetória no mercado de finanças sustentáveis.

Oferta de produtos sustentáveis

Para cada produto ou serviço ofertado, o ABC Brasil possui políticas e manuais de procedimentos, desenvolvidos com base nas discussões do Comitê de Produtos – composto por profissionais de diferentes departamentos como Produtos, Jurídico, Fiscal, Marketing, Crédito, Risco Socioambiental, entre outros. Cada tema debatido, relacionado ao desenvolvimento e ao monitoramento dos produtos/serviços ofertados aos clientes, é avaliado pelo órgão, considerando as condições de mercado e as leis e regulamentações vigentes.

O departamento de Produtos é composto por profissionais especializados em cada produto/serviço disponível, de forma a implementar e monitorar oferta responsável e adequada aos clientes, além de apresentar as informações necessárias aos clientes e aos órgãos governamentais. A área também apoia departamentos internos em assuntos relacionados aos produtos, como o de Marketing, na divulgação adequada das soluções.

A partir da composição diversificada de seu portfólio de produtos, o ABC Brasil mantém operações que contribuem com a Agenda 2030 e, direta ou indiretamente, com alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Por meio de suas atividades, estimula especialmente os ODS abaixo da seguinte forma:



Realiza empréstimos para empresas da área da saúde a partir de *social bond*.



Promove investimentos que buscam garantir saneamento para todos, com a gestão sustentável da água.



Busca contribuir com a construção de uma matriz energética mais renovável.



Fornecer empréstimos para empresas de médio porte em regiões menos desenvolvidas e que apoiam a geração de empregos a partir de *social bond*.



Incentiva a industrialização sustentável, fomentando a inovação por meio de investimentos.



Investe e atua com medidas para combater as alterações climáticas e os seus impactos.

Impacto da atividade

O tema “Impacto da atividade” envolve questões relacionadas à gestão dos efeitos ambientais diretos e potenciais decorrentes das operações e ao relacionamento sustentável com a cadeia de fornecimento, visando à promoção da cultura interna da sustentabilidade e à ampliação da ecoeficiência. Também dá sustentação a ações alinhadas às iniciativas do ABC Brasil em relação à mitigação e à adaptação às mudanças climáticas.

Programa ABC Consciente

Para conscientizar os colaboradores sobre a temática ambiental e seus impactos, incentivando a adoção de hábitos sustentáveis dentro e fora do ABC Brasil, foi criado, em 2021, o programa de educação ambiental ABC Consciente. No âmbito da iniciativa, foram realizadas diversas ações de comunicação interna com o propósito de internalizar os 5 Rs da sustentabilidade entre os colaboradores, fomentando a cultura sobre o tema em cinco principais segmentos: consumo de plástico, consumo de papel, gestão de resíduos, emissões de Gases do Efeito Estufa e consumo de água e energia.

Gestão de fornecedores

A cadeia de fornecedores do ABC Brasil reúne cerca de 3 mil empresas, de pequeno a grande porte, sendo 70% do segmento de tecnologia. **GRI 102-9**

Ao preencher a ficha cadastral, os fornecedores declaram concordar com as condições mínimas estabelecidas pela organização para cadastramento em sua base de dados. O ABC Brasil exige o compromisso de seus fornecedores com as melhores práticas de prevenção à fraude e à lavagem de dinheiro e respeito às condições sociais, preservando as melhores relações de trabalho com seus colaboradores e cumprindo as leis integralmente.

Esses fornecedores passam pelo processo de homologação, em que a área de Compras analisa os documentos e reputação, providencia a emissão de Dossiê de Pesquisa PLD e Prevenção à Fraude por meio do sistema automático de pesquisa e coleta de dados em diversas bases. Essas medidas possibilitam a avaliação de indícios de irregularidades ou informações que venham desabonar a empresa, seus sócios e procuradores. Esse monitoramento ocorre anualmente.

Em 2021, com a intenção de dinamizar o processo de compras, beneficiando assim todos os elos da cadeia, o ABC Brasil promoveu ampla revisão do fluxo de procedimentos, o que envolveu nove áreas internas e resultou na redução de 70 para 15 dias o intervalo entre a demanda e o efetivo fornecimento do material. Esse fluxo foi implantado em processos que não requerem necessidade de acionamento de áreas técnicas, ou seja, 72% da demanda total, o que resultou na redução do tempo para contratação, no estabelecimento de minutas-padrão para determinados serviços, na simplificação do processo e na melhor governança.

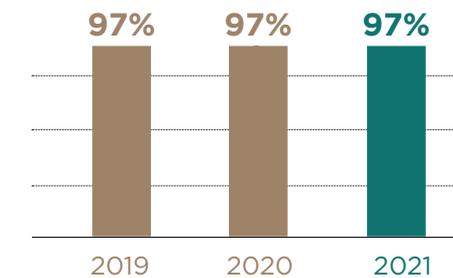
Além disso, a alteração proporcionou eficiência ao processo, com menor acionamento da área Jurídica, redução do fluxo de mensagens por *e-mail* e maior clareza e objetividade nas comunicações.

Durante o ano de 2021, 97% do volume de compras foi realizado com fornecedores locais, favorecendo assim o impacto da organização no mercado regional. **GRI 204-1**

No ano, 97% das compras envolveram fornecedores locais, o que contribui para impulsionar o desenvolvimento das regiões onde a instituição mantém atividades.

Porcentagem do volume de compras gasto com fornecedores locais %

GRI 204-1





Ecoeficiência e gestão das emissões

Alinhado ao propósito de trabalhar para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável, o ABC Brasil conduz uma série de iniciativas em torno da ecoeficiência e gestão das mudanças climáticas.

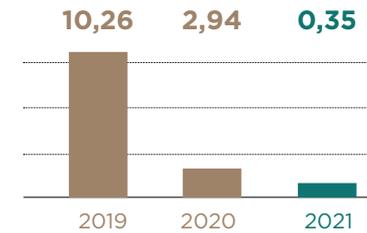
Sua sede administrativa, na capital paulista, ocupa edifício com certificação Leed (Leadership in Energy and Environmental Design) Gold, concedida pela Green Building Council, que atesta a adoção de práticas de construção sustentável. Para cancelar a classificação de edifício verde, a certificação considera aspectos como uso racional de água, eficiência energética, seleção dos materiais da construção, qualidade ambiental interna e estratégias inovadoras.

A organização também monitora o consumo de recursos naturais e a geração de resíduos em suas operações, de forma a identificar oportunidades de reduzir, evitar desperdícios e ampliar sua eficiência. Iniciativas nessa linha incluem a aplicação de películas nas vidraças e o uso de persianas, para reduzir o calor e evitar o uso excessivo de ar-condicionado, mantendo o conforto térmico; adoção intensiva de processos de digitalização de documentos e implementação de ferramentas de assinatura eletrônica, de forma a evitar o uso de papel; além da separação da coleta de resíduos recicláveis.

Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume

Consumo de papel (Ton.)

GRI 301-1



Consumo de cartuchos¹ (Ton.)

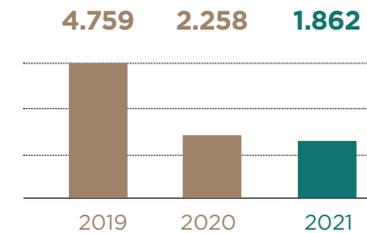
GRI 301-3



¹ Os cartuchos são reutilizados

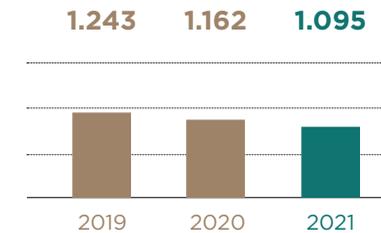
Consumo de água (m³)

GRI 303-5



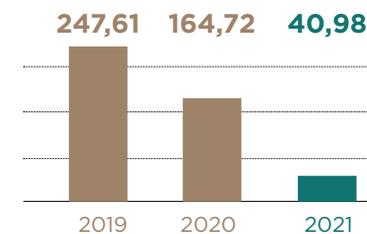
Consumo de energia elétrica (MWh)

GRI 302-1



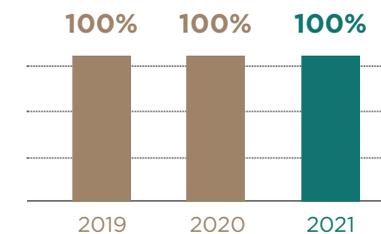
Geração e destinação de resíduos

(Ton.) GRI 306-3 | 306-4 | 306-5



Resíduos encaminhados para reciclagem (%)

GRI 306-4 | 306-5





Relacionado à gestão das emissões, o destaque em 2021 foi a elaboração do primeiro **Inventário de Gases do Efeito Estufa (GEE)**, referente ao ano de 2020, de acordo com a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol. O documento, completo e auditado, foi contemplado com o Selo Ouro no programa.

No mesmo sentido, a organização utilizou créditos de carbono de um projeto de geração de energia eólica para compensar suas emissões de escopo 1 e 2 (170,0 tCO₂e). Assim, tornou-se empresa carbono neutro e integrou a iniciativa Amigo do Clima, programa ambiental voluntário cujo objetivo é apoiar empresas, organizações, eventos e pessoas na compensação de suas emissões.

Em 2021, buscou-se um aperfeiçoamento do inventário, com a inclusão, dentro do Escopo 3, além das emissões de viagens a negócios, das emissões de deslocamento casa-trabalho-casa e energia utilizada pelos colaboradores para manter os *notebooks* ligados no horário de trabalho, quando em *home office*. Houve no ano um aumento das emissões de Escopo 2, devido à volta presencial dos colaboradores ao ABC Brasil e ao aumento do fator de emissão do SIN (Sistema Interligado Nacional), que se refere ao consumo de energia. Também houve um aumento relacionado ao Escopo 3, devido a inclusão das novas emissões apresentadas acima. **GRI 305-4 | 305-5**

Na tabela abaixo estão representados os valores de emissões dos últimos anos:

EMISSIONES DE GASES DO EFEITO ESTUFA	GRI 305-1 305-2 305-3		
	Unidade	2020	2021
Emissões diretas Escopo 1	tCO ₂ e	96,89	89,40
Emissões indiretas Escopo 2	tCO ₂ e	71,78	138,45
Outras emissões indiretas Escopo 3	tCO ₂ e	147,66	452,60





Social

O ABC Brasil procura manter uma governança corporativa cada vez mais eficiente, com a gestão sustentável de pessoas, permanência de ambiente saudável para os colaboradores e capacidade de impulsionar os desenvolvimentos pessoal e profissional. Também visa fomentar a cidadania entre suas equipes, promovendo iniciativas de voluntariado, além de realizar doações como forma de apoiar diretamente o desenvolvimento da sociedade.

Capital humano

No fim de 2021, o ABC Brasil contava com 899 colaboradores, expansão de 26% em relação ao período anterior, sendo 67% homens e 33% mulheres, aos quais proporciona remuneração compatível com o mercado, benefícios complementares aos estabelecidos pela legislação e oportunidades de desenvolvimento. Todos os profissionais são cobertos por acordos de negociação coletiva.

GRI 102-7 | 102-8 | 102-41 | 401-1

Entre as iniciativas disponíveis às equipes está o Programa de Desenvolvimento Comercial, que tem como objetivo alinhar metodologias, práticas e conceitos da abordagem comercial por meio de casos de sucesso, promovendo melhores resultados

e aumentando as vendas de produtos e serviços. Áreas de conhecimento, com curadoria de conteúdo especializado de profissionais renomados no mercado e reconhecidos internamente, possibilitam um conjunto de experiências educacionais curtas e objetivas que, combinadas, geram aprendizagem consistente. O programa contou com 213 cursos concluídos na trilha em 2020 e 1.445 cursos concluídos em 2021.

Outro Programa é ABC Tryouts, que promove o intraempreendedorismo, a combinação de conhecimentos, habilidades e processos para que os colaboradores possam divulgar e desenvolver suas ideias, com a contribuição da formação em inovação e transformação digital. No âmbito da iniciativa, os desafios nos quais os participantes devem desenvolver suas ideias estão estruturados em três categorias: Negócios digitais, Atacado bancário e Inovações. Todos os integrantes do ABC Tryouts que chegam à fase de modelagem podem ter direito aos seguintes incentivos e benefícios: jornada de meio período conforme estipulado no regulamento; mentoria do Comitê Executivo; consultoria em técnicas de *design* para soluções e tecnologia; e cursos presenciais exclusivos da Jornada de transformação digital.

O ABC Brasil acredita na importância do desenvolvimento de pessoas. Para identificar potenciais talentos e manter renovada sua estrutura interna, conta com o programa de estágio Jovens Talentos, que visa projetar a marca institucional entre o público jovem e preparar profissionais para assumirem futuras posições na organização. A iniciativa contempla estágio institucional e estágio técnico - que envolve todas as áreas internas. Em 2021, 98 estagiários foram absorvidos ao quadro funcional.

Há ainda a Jornada educacional, baseada em trilhas de aprendizagem, com o objetivo de capacitar o estagiário em habilidades técnicas e comportamentais, focadas na aplicabilidade prática do conhecimento adquirido. Outro complemento é o Plano de avaliação, que contempla análise dos potenciais talentos capazes de ampliar as possibilidades de carreira profissional na organização. Para isso, são utilizadas as contratações de objetivo/desafios e a prática do *feedback* contínuo entre estagiário e gestor.

Também para fortalecer sua marca entre o público jovem, o ABC Brasil integra o Programa Empresa Mentora, em parceria com a Empower, com divulgações nas redes sociais, e a frente #SOUABC, por meio da

qual compartilha conhecimentos e experiências com estudantes: 245 deles foram impactados no ano, de sete universidades.

A interação do time e a disseminação da cultura corporativa são mantidas por meio de uma rede de comunicação interna de divulgação de notícias e por grupos, os chamados ABC Cults, responsáveis por garantir a adesão de todos ao conjunto de práticas, atributos e comportamentos que norteiam a maneira de ser e fazer da organização.

Regido por acordos coletivos de trabalho, aplicáveis a todas as instituições financeiras, o ABC Brasil mantém diferenciais. Anualmente, realiza pesquisa salarial, por intermédio de consultoria, para garantir que suas remunerações estejam em linha com as fixadas pelo mercado. Como complemento, em 2021, ajustou os incentivos de longo prazo concedidos aos membros do Comitê Executivo, diretores e profissionais-chave por meio do programa de Incentivo de Longo Prazo (ILP), estrutura de remuneração variável baseada na outorga, por fases, de ações preferenciais.

Além disso, o pacote de benefícios abriga mais do que os exigidos por lei e definidos nos acordos coletivos, como apoio financeiro aos colaboradores para cus-

tearem despesas extras decorrentes do *home office*, como internet e energia elétrica. Como adepto do Programa Empresa Cidadã, o ABC Brasil também concede licenças-maternidade/paternidade estendidas: 90 dias e 15 dias, respectivamente.

Outro diferencial é o canal ABC com Você, plataforma de apoio 24 horas que oferece serviços profissionais de advogados, psicólogos, assistentes sociais, planejadores financeiros e outros, de maneira confidencial. O propósito é auxiliar os colaboradores na solução de problemas que podem afetar tanto a vida pessoal e familiar quanto a profissional.

Com vistas à capacitação e ao desenvolvimento humano, está sedimentada a Universidade Corporativa ABC Brasil, que trata de uma série de programas destinados aos colaboradores e ao público externo. Internamente, os cursos são ministrados pela plataforma ABC Aprendizagem, com mais de 135 conteúdos que, em 2021, foram abordados em mais de 38 mil horas de capacitação. **GRI 404-1**

Para que a avaliação de desempenho e análise de potencial dê sustentação às movimentações e às ações relacionadas

à carreira dos profissionais avaliados, é adotada a metodologia 9Box, aplicável a diretores, superintendentes, gerentes, gerentes de relacionamento, coordenadores e especialistas. O objetivo é revelar os colaboradores que necessitam de ações de desenvolvimento ou que estão aptos a alcançar outras posições na companhia.

Essa etapa é conjugada ao plano de metas – definidas para os diretores e, em seguida, derivadas para os demais níveis – e considera o desempenho nas seguintes proporções: 70% de resultados quantitativos e 30% em resultados qualitativos, sendo que, desses últimos, 20% referem-se ao quanto o colaborador atende à cultura desejada, 10% ao quanto está atento a riscos operacionais e 70% relacionados às metas corporativas.

Todas as iniciativas na área de Recursos Humanos são realizadas regularmente com base em dados gerados por pesquisas. Em 2021 foram realizadas três pesquisas para entender a necessidade dos colaboradores, sendo duas internas e uma externa. As pesquisas internas são conduzidas com ferramentas especializadas, e os dados são analisados pela equipe de Recursos Humanos e, em seguida, compartilhados com os gestores.

As ações de RH ocorridas no decorrer do ano se basearam nos principais resultados e comentários da pesquisa, buscando atender às necessidades pontuais dos colaboradores. Os principais aspectos pesquisados foram: satisfação do colaborador com a vida, trabalho, organização e gestão; *burnout*; engajamento; medo da Covid-19 e local de trabalho durante a pandemia; pré-disposição e experiência em ações voluntárias; e qualidade de vida.

A pesquisa externa é conduzida por consultoria especializada e busca reconhecer as melhores empresas na gestão de pessoas, engajamento e prosperidade organizacional. Seu resultado é referência para ações estratégicas conectadas com a gestão do século 21. A pesquisa se dá em dois pilares, Prosperidade e Engajamento, divididos em oito dimensões, sendo sete de prosperidade e uma de engajamento, apresentados no box ao lado:



PROSPERIDADE

1. Agilidade organizacional
2. Cultura e integridade
3. Liderança responsável
4. Ambiente de trabalho saudável
5. Recompensa justa
6. Carreiras atrativas
7. Indivíduos prósperos

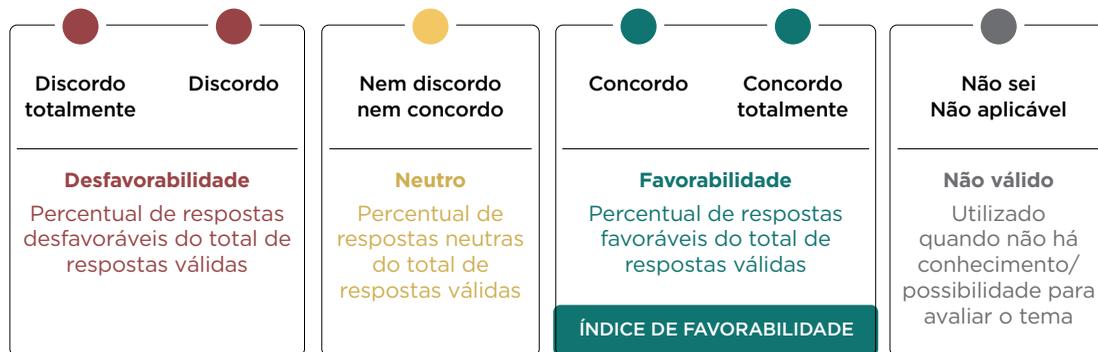


ENGAJAMENTO

Engajamento (recomendação, orgulho, comprometimento e motivação)

Os resultados das afirmativas e das dimensões do questionário de Prosperidade e Engajamento são apresentados em percentual de respostas válidas, de acordo com a escala:

AFIRMATIVAS DO QUESTIONÁRIO
Escala de avaliação com cinco categorias de respostas



O nível alcançado no primeiro pilar – Prosperidade – de acordo com a metodologia de cálculo de eNPS (Employee Net Promoter Score) foi de 82%, 3% acima do ano anterior (2020), a mesma pontuação da categoria pesquisada (501 – 1.000 colaboradores) e 6% abaixo das 35 melhores.

No segundo pilar – Engajamento – também conforme a metodologia de cálculo de eNPS (Employee Net Promoter Score), o nível alcançado foi de 90%, 1% abaixo do ano anterior (2020), um ponto acima da categoria pesquisada (501 – 1.000 colaboradores) e 4% abaixo das 35 melhores.

Humanidades

Sob a assinatura “Nosso maior investimento é você” e com vistas a assegurar um ambiente de trabalho seguro e saudável, reter e atrair talentos e aumentar produtividade e resultados, o ABC Brasil lançou em 2021 o Programa Humanidades, que inclui, entre outras frentes, *webinars*, campanhas de engajamento, momentos de desconpressão e trilhas e cursos *on-line*.

Entre as mais de dez iniciativas promovidas no período, no âmbito do programa, destacam-se as palestras, entre elas a de lançamento da iniciativa, com o médico Jairo Bouer, a que abordou Prevenção de *burnout* e Produtividade sustentável, ministrada por Izabella Camargo, as trilhas de cursos *on-line* de Vida em Equilíbrio, Inteligência emocional e Profissional antifrágil, e três edições do Vem com a Gente, abordando gastronomia, amigos de *pets* e criação de *drinks*. Essas e outras ações geraram 3.329 participações no total, sendo um

impacto de 47% de participação na média geral. Cada colaborador participou em média de quatro iniciativas do programa.

Estão ainda contempladas no Humanidades as ferramentas de apoio aos colaboradores, como o Gympass, que disponibiliza os apps Terapia, Nutrição e Meditação; seguro saúde, com cobertura de terapias; plano odontológico; e o ABC com Você, ferramenta de apoio ao colaborador que conta – de maneira confidencial – com assistências psicológica, jurídica, financeira e social. **GRI 403-6**





Responsabilidade social

Para estimular o pleno exercício da cidadania entre os colaboradores, o ABC Brasil busca envolvê-los em iniciativas sociais, tendo dado continuidade ao ABC Solidário - programa de voluntariado que visa apoiar ações sociais de impacto relevante. No ano, o destaque foi a Corrida do Bem, disputa entre as vice-presidências internas para potencializar a campanha Contra a fome, que visava à redução dos impactos da pandemia a partir da doação de cestas básicas.

A ação contou com o engajamento de 37% dos colaboradores e resultou na arrecadação de recursos suficientes para arcar com mais de 290 mil refeições. O montante foi destinado às instituições Instituto Baccarelli, Ação da Cidadania - Movimento Brasil Sem Fome, Frente Nacional Antirracista, Central Única das Favelas (Cufa) e a ONG Gerando Falcões.

Em 2021, o ABC Brasil somou investimento social de R\$87 mil, distribuído em três projetos: IOS, École 42 e Fórum Diversidade ABBI. **GRI 203-2**

Um foco de atenção da organização, a diversidade e inclusão, a levou a patrocinar, pelo segundo ano consecutivo, o IV Fórum de Diversidade da Associação Brasileira de Bancos Internacionais (ABBI), cuja edição *on-line* abordou o tema com palestras inspiradoras de Rita Von Hunty (“A inclusão em si”), Eduardo Lyra (“Como se faz”) e Deives Rezende (“Exemplos”).

Outros dois patrocínios sociais do período beneficiaram alunos do Instituto da Oportunidade Social (IOS), que passarão por capacitação em habilidades tecnológicas, e da École 42, escola de tecnologia que desenvolve programadores e desenvolvedores. Os beneficiados da École 42 têm como tarefa solucionar um desafio de tecnologia proposto pelo ABC Brasil.



ANEXOS

Anexo de indicadores
Sumário de indicadores GRI
Sumário de indicadores SASB
Informações corporativas/Expediente

ANEXO DE INDICADORES

DIVERSIDADE GRI 102-7 102-8 401-1 SASB FN-IB-330A.1								
2019								
Função	Unidade	Total/19	Mulheres		Negros		PcDs	
			Número	%	Número	%	Número	%
Executivos	Quant.	8	0	0%	0	0%	0	0%
Diretores	Quant.	24	2	8%	0	0%	0	0%
Superintendentes	Quant.	34	4	12%	0	0%	0	0%
Gerentes	Quant.	44	14	32%	1	2%	0	0%
Coordenadores	Quant.	29	7	24%	1	3%	1	3%
Especialistas	Quant.	47	10	21%	1	2%	1	2%
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	399	159	40%	8	2%	6	2%
Estagiários	Quant.	62	24	39%	1	2%	0	0%
Jovens Aprendizizes	Quant.	9	4	44%	2	22%	9	100%
Total	Quant.	656	224	34%	14	2%	17	3%

DIVERSIDADE GRI 102-7 102-8 401-1 SASB FN-IB-330A.1								
2020								
Função	Unidade	Total/20	Mulheres		Negros		PcDs	
			Número	%	Número	%	Número	%
Executivos	Quant.	8	0	0%	0	0%	0	0%
Diretores	Quant.	20	2	10%	0	0%	0	0%
Superintendentes	Quant.	35	2	6%	0	0%	0	0%
Gerentes	Quant.	53	14	26%	1	2%	0	0%
Coordenadores	Quant.	31	8	26%	1	3%	1	3%
Especialistas	Quant.	53	14	26%	1	2%	1	2%
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	439	170	39%	8	2%	6	1%
Estagiários	Quant.	63	20	32%	5	8%	1	2%
Jovens Aprendizizes	Quant.	9	6	67%	3	33%	9	100%
Total	Quant.	711	236	33%	19	3%	18	3%

DIVERSIDADE GRI 102-7 102-8 401-1 SASB FN-IB-330A.1								
2021								
Função	Unidade	Total/21	Mulheres		Negros		PcDs	
			Número	%	Número	%	Número	%
Executivos	Quant.	7	0	0%	0	0%	0	0%
Diretores	Quant.	20	2	10%	0	0%	0	0%
Superintendentes	Quant.	41	3	7%	0	0%	0	0%
Gerentes	Quant.	72	19	26%	2	3%	0	0%
Coordenadores	Quant.	42	16	38%	1	2%	1	2%
Especialistas	Quant.	65	15	23%	2	3%	1	2%
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	560	216	39%	18	3%	7	1%
Estagiários	Quant.	85	24	28%	3	4%	0	0%
Jovens Aprendizizes	Quant.	7	6	86%	1	14%	6	86%
Total	Quant.	899	301	33 %	27	3 %	15	2%

QUADRO DE COLABORADORES PRÓPRIOS GRI 102-7 102-8 401-1								
2019								
Função	Unidade	Total/19	30<		30 a 50		>50	
			Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher
Executivos	Quant.	8	0	0	1	0	7	0
Diretores	Quant.	24	0	0	15	0	7	2
Superintendentes	Quant.	34	0	0	22	3	8	1
Gerentes	Quant.	44	1	0	22	12	7	2
Coordenadores	Quant.	29	1	0	19	5	2	2
Especialistas	Quant.	47	0	3	34	5	3	2
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	399	55	32	170	110	15	17
Estagiários	Quant.	62	38	23	0	1	0	0
Jovens Aprendizizes	Quant.	9	5	4	0	0	0	0
Total	Quant.	656	100	62	283	136	49	26
Total de contratos com prazo indefinido	Quant.	577	57	35	282	135	42	26
Total de contratos com prazo definido	Quant.	79	43	27	1	1	7	0

QUADRO DE COLABORADORES PRÓPRIOS GRI 102-7 102-8 401-1								
2020								
Função	Unidade	Total/20	30<		30 a 50		>50	
			Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher
Executivos	Quant.	8	0	0	1	0	7	0
Diretores	Quant.	20	0	0	13	0	5	2
Superintendentes	Quant.	35	0	0	25	1	8	1
Gerentes	Quant.	53	0	0	30	11	9	3
Coordenadores	Quant.	31	2	0	18	6	3	2
Especialistas	Quant.	53	2	1	33	11	4	2
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	439	69	39	187	116	13	15
Estagiários	Quant.	63	43	20	0	0	0	0
Jovens Aprendizizes	Quant.	9	3	6	0	0	0	0
Total	Quant.	711	119	66	307	145	49	25
Total de contratos com prazo indefinido	Quant.	631	73	40	306	145	42	25
Total de contratos com prazo definido	Quant.	80	46	26	1	0	7	0

QUADRO DE COLABORADORES PRÓPRIOS GRI 102-7 102-8 401-1								
2021								
Função	Unidade	Total/21	30<		30 a 50		>50	
			Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher
Executivos	Quant.	7	0	0	1	0	6	0
Diretores	Quant.	20	0	0	14	0	4	2
Superintendentes	Quant.	41	0	0	31	2	7	1
Gerentes	Quant.	72	0	2	42	14	11	3
Coordenadores	Quant.	42	2	1	23	13	1	2
Especialistas	Quant.	65	5	2	42	10	3	3
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	560	117	57	211	140	16	19
Estagiários	Quant.	85	61	24	0	0	0	0
Jovens Aprendizizes	Quant.	7	1	6	0	0	0	0
Total	Quant.	899	186	92	364	179	48	30
Total de contratos com prazo indefinido	Quant.	800	124	62	363	179	42	30
Total de contratos com prazo definido	Quant.	99	62	30	1	0	6	0

PORTE DA ORGANIZAÇÃO GRI 102-7 GRI G4-FS6 FN-CB-000.B				
	Unidade	2019	2020	2021
Número total de clientes	Quant.	1.892	2.638	3.490
Número de clientes C&IB	Quant.	324	340	331
Número de clientes Corporate	Quant.	1.121	1.262	1.457
Número de clientes Middle	Quant.	447	1.036	1.702
Carteira de Crédito Expandida	R\$ milhões	30.148	34.378	37.715
Carteira de Crédito Expandida - C&IB	R\$ milhões	12.706	13.829	14.374
Carteira de Crédito Expandida - Corporate	R\$ milhões	16.722	18.426	20.370
Carteira de Crédito Expandida - Middle	R\$ milhões	720	2.123	2.972

CARTEIRA EXPANDIDA - ABERTURA DA CARTEIRA EXPANDIDA POR REGIÃO GEOGRÁFICA E SETOR ECONÔMICO GRI G4-FS6 FN-CB-410A.1				
Setor	Unidade	2019	2020	2021
Agronegócio	%	20%	19%	21%
Energia	%	13%	15%	15%
Financeiro	%	9%	8%	8%
Comércio	%	7%	9%	8%
Transportes & Logística	%	8%	8%	7%
Construção Civil & Incorporadoras	%	8%	7%	6%
Outros	%	35%	34%	35%
Segmento por região				
C&IB				
São Paulo	%	60.9%	68.4%	66.1%
Rio de Janeiro e Minas Gerais	%	30.8%	31.6%	33.9%
Sul	%	8.3%	0.0%	0.0%
Corporate				
São Paulo	%	54.1%	51.8%	49.5%
Sul	%	23.9%	25.2%	24.7%
Minas Gerais e Nordeste	%	9.3%	9.9%	12.3%
Rio de Janeiro	%	6.5%	6.4%	7.7%
Centro-Oeste	%	6.2%	6.7%	5.8%
Middle				
São Paulo	%	71.4%	50.6%	50.0%
Sul	%	20.3%	31.2%	30.7%
Rio de Janeiro e Minas Gerais	%	8.3%	18.2%	19.3%

QUADRO DE COLABORADORES TERCEIRIZADOS POR ÁREA 102-7 102-8 401-1				
	Unidade	2019	2020	2021
Serviços administrativos	Quant.	115	94	79
Tecnologia	Quant.	36	29	179
Pessoas	Quant.	3	3	3
Jurídico	Quant.	0	0	1
Marketing	Quant.	0	0	1
Produtos e Operações	Quant.	0	0	10
Plataforma Varejo PF	Quant.	0	0	4
Dados e Novos Negócios	Quant.	0	0	30
Finanças	Quant.	0	0	1
Auditoria Interna	Quant.	0	0	1
Total	Quant.	154	126	309

QUADRO DE COLABORADORES TERCEIRIZADOS POR REGIÃO GEOGRÁFICA				
	Unidade	2019	2020	2021
Sudeste	Quant.	134	107	301
Sul	Quant.	17	17	5
Centro oeste	Quant.	2	1	2
Nordeste	Quant.	1	1	1
Total	Quant.	154	126	309

CANAL DE ATENDIMENTO REFERENTE À ÉTICA GRI 102-17 FN-CB-510A.2				
	Unidade	2019	2020	2021
Número total de solicitações de orientações recebidas	Quant.	2	2	2
Porcentagem de solicitações atendidas	%	100%	100%	100%
Porcentagem de preocupações tratadas	%	100%	100%	100%
Porcentagem de preocupações solucionadas	%	100%	100%	100%
Porcentagem de preocupações consideradas sem fundamento	%	50%	50%	50%

PERCENTUAL DE COLABORADORES QUE RECEBERAM TREINAMENTO DE COMBATE À CORRUPÇÃO GRI 205-2				
	Unidade	2019	2020	2021
Executivos	%	N.D.	0%	0%
Diretores	%	N.D.	8%	90%
Superintendentes	%	N.D.	9%	95%
Gerentes	%	N.D.	13%	88%
Coordenadores	%	N.D.	14%	76%
Especialistas	%	N.D.	29%	77%
Administração, Comercial e Operacional	%	N.D.	25%	87%
Estagiários	%	N.D.	41%	76%
Jovens Aprendizizes	%	N.D.	50%	100%
Total	%	N.D.	25%	86%
NÚMERO DE COLABORADORES QUE RECEBERAM TREINAMENTO DE COMBATE À CORRUPÇÃO				
Executivos	Quant.	N.D.	0	0
Diretores	Quant.	N.D.	2	18
Superintendentes	Quant.	N.D.	4	39
Gerentes	Quant.	N.D.	8	63
Coordenadores	Quant.	N.D.	5	32
Especialistas	Quant.	N.D.	19	50
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	N.D.	124	487
Estagiários	Quant.	N.D.	38	65
Jovens Aprendizizes	Quant.	N.D.	5	7
Total	Quant.	N.D.	205	770

N.D.: Não disponível

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO (R\$ MILHÕES) GRI 201-1				
	Unidade	2019	2020	2021
Margem Financeira Gerencial Pós-Provisão	R\$ milhões	873,7	831,2	1.291,4
Receitas de Serviços	R\$ milhões	327,5	261,3	330,0
Outras Receitas/Despesas	R\$ milhões	-88,1	-153,3	-171,5
Total	R\$ milhões	1.113,2	939,2	1.449,9
Valor Econômico Distribuído (R\$ milhões)				
Remuneração do trabalho*	R\$ milhões	364,2	373,2	447,9
Contribuição ao governo	R\$ milhões	245,4	228,8	412,7
Lucros Retidos	R\$ milhões	263,8	214,7	371,5
JCP/Dividendos aos acionistas (pagos e provisionados)	R\$ milhões	225,3	107,4	200,7
Remuneração de Capitais de Terceiros (Aluguéis)	R\$ milhões	14,5	15,2	17,1
Total	R\$ milhões	1.113,2	939,2	1.449,9
Valor Econômico Distribuído (%)				
Remuneração do trabalho	%	32,7%	39,7%	30,9%
Contribuição ao governo	%	22,0%	24,4%	28,5%
Lucros Retidos	%	23,7%	22,9%	25,6%
JCP/Dividendos aos acionistas (pagos e provisionados)	%	20,2%	11,4%	13,8%
Remuneração de Capitais de Terceiros (Aluguéis)	%	1,3%	1,6%	1,2%

* Despesas de Pessoal + Participação do Lucros

AÇÕES JUDICIAIS POR CONCORRÊNCIA DESLEAL, PRÁTICAS DE TRUSTE E MONOPÓLIO GRI 206-1 FN-CB-510A.1				
	Unidade	2019	2020	2021
Número de ações judiciais pendentes ou encerradas referentes à concorrência desleal e violações de leis antitruste e antimonopólio	Quant.	0	0	0

INTENSIDADE CARBÔNICA DAS EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1 E 2) GRI 305-4		
Ano	2020	2021
Por receita (tCO ₂ e/R\$MM)	0,00012	0,00013
Por Lucro (tCO ₂ e/R\$MM)	0,52348	0,39820
Por colaborador (tCO ₂ e/ colaborador)	0,23723	0,25345

NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS GRI 401-1										
2019										
Rotatividade	Unidade	Abaixo de 30 anos			De 31 a 50 anos			Acima de 50 anos		
Gênero		Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total
Admitidos	Quant.	44	78	122	66	24	90	1	1	2
Demitidos	Quant.	54	34	88	34	20	54	13	1	14
Turnover	%	63%	65%	64%	13%	15%	14%	27%	4%	11%
2020										
Rotatividade	Unidade	Abaixo de 30 anos			De 31 a 50 anos			Acima de 50 anos		
Gênero		Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total
Admitidos	Quant.	71	27	98	60	15	75	6	0	6
Demitidos	Quant.	40	21	61	41	11	52	9	1	10
Turnover	%	37%	32%	35%	14%	8%	12%	20%	4%	14%
2021										
Rotatividade	Unidade	Abaixo de 30 anos			De 31 a 50 anos			Acima de 50 anos		
Gênero		Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total
Admitidos	Quant.	151	69	220	124	54	178	7	7	14
Demitidos	Quant.	88	45	133	65	23	88	8	4	12
Turnover	%	50%	49%	50%	20%	15%	18%	19%	15%	17%

LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE GRI 401-3								
Subdivisão	Unidade	2019		2020		2021		
		Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	
Número de empregados que tiveram direito à licença	Quant.	8	10	13	6	16	11	
Número de empregados que saíram em licença	Quant.	8	10	13	6	16	11	
Número de empregados que retornaram ao trabalho após o término da licença	Quant.	7	10	13	6	16	11	
Número de empregados que ainda estavam na empresa 12 meses após o seu regresso ao trabalho	Quant.	6	5	8	3	15	7	
Taxa de retorno de empregados que retornaram ao trabalho após o término da licença	%	88%	100%	100%	100%	100%	100%	
Taxa de retenção de empregados que retornaram ao trabalho e permaneceram 12 meses após o término da licença	%	75%	50%	62%	50%	94%	64%	

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR ANO, POR EMPREGADO GRI 404-1									
Treinamentos	Unidade	2020				2021			
		Total de horas		Média de horas		Total de horas		Média de horas	
Função		Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher
Executivos	Quant.	227,50	-	32,50	-	98,75	-	14,11	-
Diretores	Quant.	689,05	78,00	38,28	39,00	726,38	75,50	38,23	37,75
Superintendentes	Quant.	1.331,50	143,50	40,35	35,88	1.483,33	161,08	38,03	32,22
Gerentes	Quant.	1.497,13	623,88	40,46	41,59	2.286,61	759,60	40,12	44,68
Coordenadores	Quant.	1.022,55	267,00	37,87	38,14	888,86	460,00	30,65	30,67
Especialistas	Quant.	1.751,76	604,71	37,27	43,19	1.644,76	612,01	32,90	36,00
Administração, Comercial e Operacional	Quant.	11.737,65	6.949,21	40,06	39,48	13.204,48	7.624,53	32,21	30,02
Estagiários	Quant.	2.165,68	1.226,86	36,09	37,18	5.862,50	1.905,20	50,11	43,30
Jovens Aprendizizes	Quant.	173,50	189,00	43,38	27,00	57,00	580,60	11,40	32,26
Total	Quant.	20.596,32	10.082,16	39,16	39,08	26.094,70	12.178,65	35,60	32,74

PERCENTUAL DE EMPREGADOS QUE RECEBEM AVALIAÇÕES REGULARES DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA GRI 404-3							
Função	Unidade	2019		2020		2021	
		Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher
Diretores	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Superintendentes	%	97%	75%	97%	100%	97%	100%
Gerentes	%	97%	86%	92%	100%	96%	95%
Coordenadores	%	100%	100%	96%	100%	100%	94%
Especialistas	%	92%	90%	95%	100%	88%	80%
Administração, Comercial e Operacional	%	89%	95%	96%	96%	89%	88%
Estagiários	%	0%	0%	0%	0%	87%	86%
Jovens Aprendizizes	%	0%	0%	67%	75%	100%	82%
Total	%	81%	82%	85%	86%	80%	80%

Os executivos não participam do programa formal de avaliação, porém eles recebem avaliações contínuas.

PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE E A REMUNERAÇÃO RECEBIDOS PELAS MULHERES E AQUELES RECEBIDOS PELOS HOMENS GRI 405-2				
	Unidade	2019	2020	2021
Executivos	%	0	0	0
Diretores	%	106	107	107
Superintendentes	%	93	107	101
Gerentes	%	98	94	89
Coordenadores	%	96	92	91
Especialistas	%	71	83	91
Administração, Comercial e Operacional	%	64	69	79
Estagiários	%	100	100	100
Jovens Aprendizizes	%	100	100	100

QUEIXAS COMPROVADAS RELATIVAS À VIOLAÇÃO DA PRIVACIDADE E PERDA DE DADOS DE CLIENTES GRI 418-1 FN-CB-230A.2				
	Unidade	2019	2020	2021
Queixas recebidas de partes externas e comprovadas pela organização	Quant.	0	0	0
Queixas de agências reguladoras	Quant.	0	0	0
Casos de não conformidade com códigos voluntários	Quant.	0	0	0
Número total de vazamentos, furtos ou perdas de dados de clientes que foram identificados	Quant.	0	0	0
Número total de violações de dados	Quant.	0	0	0
Número total de clientes e funcionários afetados pela violação de dados da empresa	Quant.	0	0	0
Valor total de multas / penalidades pagas em relação a violações de segurança da informação ou outro incidente de segurança cibernética	R\$	0	0	0

NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS AMBIENTAIS E SOCIAIS GRI 308-1 414-1				
	Unidade	2019	2020	2021
Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais	%	0%	0%	0%
Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	%	0%	0%	0%
Número de contratos com fornecedores com cláusulas de direitos humanos, critérios sociais e ambientais	Quant	50	150	391
Percentual de contratos com fornecedores com cláusulas de direitos humanos, critérios sociais e ambientais	%	10%	80%	100%
Percentual de fornecedores avaliados considerando o risco significativo de casos de trabalho infantil	%	10%	80%	100%
Percentual de fornecedores avaliados considerando o risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	%	10%	80%	100%

SUMÁRIO DE INDICADORES GRI GRI 102-55

GRI 102 - DIVULGAÇÃO GERAL - CONTEÚDOS GERAIS		
Indicadores: Perfil da Organização		
102-1	Nome da organização	9
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	9
102-3	Localização da sede	Sede localizada na Av. Cidade Jardim, 803 - 2º andar - Itaim Bibi, São Paulo - SP, 01453-000
102-4	Localização das operações	9
102-5	Propriedade e forma jurídica	9
102-6	Mercados atendidos	9
102-7	Porte da organização	10, 40, 45, 46, 47
102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	9, 40, 45, 46, 47
102-9	Cadeia de fornecedores	37
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve mudança significativa na cadeia de fornecedores que pudesse impactar as operações.
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	18
102-12	Iniciativas externas	Em 2021, o ABC Brasil não estava em iniciativas externas ligadas a sustentabilidade. O ABC Brasil está revisando a estratégia de sustentabilidade, e pretende identificar quais são as iniciativas mais alinhadas para apoiar e aderir.
102-13	Participação em associações	14
Estratégia		
102-14	Declaração do mais alto executivo	6
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	18
Ética e Integridade		
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	11
102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética	15, 16, 17, 47
Governança		
102-18	Estrutura de governança	14
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	14
102-25	Conflitos de interesse	15

102-28	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Em dezembro de 2021, o ABC Brasil revisou sua Política de Sucessão para incluir as regras e periodicidade para avaliação de seus Conselheiros. O modelo adotado pelo ABC Brasil consiste na aplicação anual de questionários com perguntas sobre o órgão propriamente dito, seus comitês de assessoramento (Comitês de Auditoria, Remuneração e Riscos), e sobre a atuação do Presidente do Conselho na condução das reuniões, dentre outros temas.
Engajamento de stakeholders		
102-40	Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	3
102-41	Acordos de negociação coletiva	40
102-42	Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	3
102-43	Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	3
102-44	Principais preocupações e tópicos levantados	3
Prática de relato		
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	2
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos	3
102-47	Lista de tópicos materiais	3
102-48	Reformulações de informações	Este documento é o primeiro relatório de sustentabilidade produzido pelo ABC Brasil.
102-49	Alterações no relato	Este documento é o primeiro relatório de sustentabilidade produzido pelo ABC Brasil.
102-50	Período coberto pelo relatório	01/01/2021 - 31/12/2021
102-51	Data do relatório mais recente	Primeiro relatório
102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Anual
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	ri@abcbrasil.com.br
102-54	Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Nível Core - Essencial
102-55	Sumário de conteúdo da GRI	51
102-56	Verificação externa	Relatório não foi submetido à verificação externa.

Desempenho Econômico		
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	23,48
Impactos Econômicos Indiretos		
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	35,43
Práticas de Compra		
204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	37
Combate à Corrupção		
205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	19
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	48
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	No ano não foram registrados casos de corrupção envolvendo colaboradores e parceiros de negócios que motivassem demissão e contratos rescindidos ou não renovados. Também não houve processo judicial contra a organização motivado por casos de corrupção.
Concorrência Desleal		
206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	48
Tributos		
207-1	Abordagem tributária	17
207-2	Governança, controle e gestão de risco fiscal	14
Materiais		
301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	38
301-3	Produtos e suas embalagens recuperados	38
Energia		
302-1	Consumo de energia dentro da organização	38
Água e Efluentes		
303-5	Consumo de água	38
Emissões		
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	39
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	39
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	39
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	39, 48
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	39

Resíduos		
306-3	Resíduos gerados	38
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	38
306-5	Resíduos destinados para disposição final	38
Conformidade Ambiental		
307-1	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	Nos últimos 3 anos não foram registradas não conformidades com leis e regulamentos ambientais.
Avaliação Ambiental de Fornecedores		
308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	50
Emprego		
401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	40, 45, 46, 47, 49
401-3	Licença maternidade/paternidade	49
Saúde e Segurança do Trabalho		
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	42
Capacitação e Educação		
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	41, 49
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	49
Diversidade e Igualdade de Oportunidades		
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	50
Não Discriminação		
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Não foram registrados casos de discriminação nos últimos 3 anos.
Liberdade Sindical e Negociação Coletiva		
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	19
Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo		
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	19
Avaliação de Direitos Humanos		
412-1	Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto nos direitos humanos	19
Avaliação Social de Fornecedores		
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	50

Políticas Públicas		
415-1	Contribuições política	Em conformidade com a Lei nº 9.504/1997, alterada pela Reforma Eleitoral (Lei nº 13.165/2015), o ABC Brasil não realiza doações a partidos políticos.
Marketing e Rotulagem		
417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	32
417-3	Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	Nos últimos 3 anos não foram registrados casos de não conformidades relacionados a comunicação e marketing.
Privacidade do Cliente		
418-1	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	50
Indicadores setoriais		
G4-DMA	Portfólio de produtos: Políticas com componentes socioambientais específicos aplicadas às linhas de negócios (antigo FS1)	Negócios sustentáveis
G4-DMA	Portfólio de produtos: Procedimentos para avaliação e classificação de riscos socioambientais nas linhas de negócios (antigo FS2)	Riscos Socioambiental
G4-DMA	Portfólio de produtos: Processos para o monitoramento da implantação por parte do cliente do cumprimento de exigências socioambientais incluídas em contratos ou transações (antigo FS3)	19
G4-DMA	Portfólio de produtos: Processo(s) para melhorar a competência do pessoal na implantação de políticas e procedimentos socioambientais aplicados às linhas de negócios (antigo FS4)	Riscos Socioambiental
G4-DMA	Portfólio de produtos: Interações com clientes/investidores/parceiros comerciais em relação a riscos e oportunidades socioambientais (antigo FS5)	Riscos Socioambiental
G4-FS6	Porcentagem da carteira de linhas de negócios por região específica, por porte (por exemplo, micro/pequena e média/grande) e por setor	25, 46, 47
G4-FS7	Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício social específico para cada linha de negócios, separados por finalidade	35
G4-FS8	Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício ambiental específico para cada linha de negócios, separados por finalidade	35

GRI G4-FS10	Percentual e número de empresas na carteira da instituição com as quais a organização interagiu em questões sociais ou ambientais	19
GRI G4-FS11	Percentual de ativos sujeitos a avaliação social ou ambiental, positiva e negativa	19
GRI G4-DMA (antigo FS15)	Rotulagem de produto e serviço: Políticas para o bom desenvolvimento e venda de produtos e serviços financeiros	32

SUMÁRIO DE INDICADORES SASB

O sumário abaixo foi organizado por categorias de acordo com as normas previstas para o setor financeiro em Commercial Banks e Investment Banking & Brokerage:

Segurança de dados	FN-CB-230a.2	Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados	50
Diversidade e inclusão de funcionários	FN-IB-330a.1	Porcentagem de representação de gênero e grupo racial/étnico para (1) gestão executiva (2) gestão não executiva (3) cargos técnicos (4) todos os outros funcionários	45
Incorporação de ESG na análise de crédito	FN-CB-410a.1	Exposição de crédito comercial e industrial, por setor	47
Ética de negócios	FN-CB-510a.1	Montante total de perdas monetárias como resultado de procedimentos legais associados a fraude, negociação com informações privilegiadas, antitruste, comportamento anticompetitivo, manipulação de mercado, negligência ou outras leis ou regulamentos relacionados ao setor financeiro	48
Ética de negócios	FN-CB-510a.2	Descrição das políticas e procedimentos de denúncias	17, 47
Métrica de Atividade	FN-CB-000.B	Número dos empréstimos, por segmento: (a) pessoa física (b) pequenas empresas (c) corporate - Valor dos empréstimos, por segmento: (a) pessoa física (b) pequenas empresas (c) corporate	46



INFORMAÇÕES CORPORATIVAS/EXPEDIENTE

Banco ABC Brasil

Avenida Cidade Jardim, 803 – 2º andar – Itaim Bibi
São Paulo/SP
CEP: 01453-000
abcbrasil.com.br

Contato Relações com Investidores

Telefone: (11) 3170-4655/2186
E-mail: ri@abcbrasil.com.br
ri.abcbrasil.com.br

CRÉDITOS

Coordenação Geral

Banco ABC Brasil – Gerência de Sustentabilidade

Conteúdo e Design

KMZ Conteúdo



BANCO
ABC
BRASIL