tribanco

RELATÓRIO ANUAL **2020**



Sumário

3 Introdução
4 Mensagem do CEO
5 Mensagem do Presidente do Conselho de Administração
6 Nossos destaques em 2020
8 Sobre este Relatório
11 Negócios, propósitos e clientes
20 Transformação digital
22 Governança, riscos e segurança
31 Quem faz o Tribanco
38 Compromissos com a sociedade
42 Resultados financeiros e operacionais
46 Créditos

Introdução

Este relatório anual e de sustentabilidade é parte de uma jornada do Tribanco, iniciada há mais de dez anos, de evoluir, cada vez mais, na comunicação transparente e objetiva de seus resultados.

Aqui apresentamos e priorizamos, pela primeira vez, os temas materiais que são mais críticos para os negócios e sustentabilidade da empresa em médio e longo prazos, conforme estabelecido pelas Normas GRI (Global Reporting Initiative). São aspectos econômicos, sociais e ambientais importantes para a instituição, que foram identificados a partir de uma série de entrevistas com pessoas-chave do ecossistema do banco (*stakeholders* internos e externos) e coleta e análise de atividades e resultados da empresa.

O relatório também traz o desempenho econômico e financeiro de 2020 e os caminhos que foram trilhados em um ano que, sem dúvida, foi repleto de desafios, mas também de oportunidades.

Mensagem do Presidente

Não há como falar de 2020 sem se lembrar que foi um ano totalmente fora do comum para todos nós. Ele trouxe muitas incertezas para nossas vidas pessoais e profissionais e para os negócios. Mas não era possível ficar parado. Claro que foi preciso fazer uma pausa para refletir sobre o que estava acontecendo, mas também era necessário seguir em frente, enxergando desafios, oportunidades e soluções. Foi o que fizemos.

Retomamos nosso planejamento e conseguimos alcançar, e mesmo superar, as metas financeiras que havíamos estabelecido para o ano. Nosso lucro mais do que duplicou em relação a 2019, chegando a R$ 38,4 milhões em 2020. Ou seja, estamos crescendo. E continuamos investindo na implantação de ferramentas digitais, que nos tornarão cada vez mais competitivos e melhores na nossa capacidade de atender e apoiar os pequenos e médios empreendedores e nossos clientes pessoa física.

Aprofundamos o olhar sobre a nossa estratégia e visão de longo prazo. No ano que se passou, revisitamos nossos propósitos e reforçamos que eles se baseiam em três focos: no varejo, no humano e no ser simples.

Também estamos refletindo sobre o nosso papel dentro da sociedade. Sempre acreditamos que temos, como instituição financeira, o papel de contribuir para a inclusão financeira de setores que são essenciais para o desenvolvimento sustentável do país. Mas podemos fazer isso de uma maneira mais consistente e ampla.

Assim nos engajamos, com afinco, na agenda ESG (sigla em inglês de *Environmental, Social and Corporate Governance*), na qual contamos com o apoio importante do nosso Conselho. Fizemos, pela primeira vez, o mapeamento de nossos temas materiais, ou seja, os aspectos sociais, econômicos e ambientais que mais impactam e são impactados pelos nossos negócios, de acordo com o olhar de nossos *stakeholders* internos e externos. Aderimos à Rede Brasil do Pacto Global e começamos a incorporar à nossa estratégia os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Também concluímos nosso primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa e, com isso, poderemos elaborar ações de mitigação.

Paralelamente, mantivemos nossas ações de sustentabilidade, seja por meio de iniciativas internas para reduzir desperdícios ou promover a reciclagem, seja com iniciativas externas, como o financiamento para empreendimentos que queiram instalar energia solar e as parcerias com o Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPÊ) e o Movimento Arredondar, por meio das quais apoiamos projetos de conservação da biodiversidade. Também contribuímos, por meio de doações, com as ações do Instituto Alair Martins (IAMAR) para levar educação, cultura e cestas básicas a quem precisava.

Reforço ainda que nós do Tribanco mantivemo-nos ao lado do varejo e de seus clientes ao longo dessa jornada única que foi 2020. Pessoas que mostraram sua resiliência mesmo diante das dificuldades e dos solavancos trazidos pela pandemia. E assim continuaremos.

Agradecemos aos nossos clientes, colaboradores, acionistas e *stakeholders* do Sistema Martins, que estão conosco nessa jornada rumo à sustentabilidade de nossos negócios e à perenidade dos impactos positivos de nossas ações na sociedade. Os avanços conquistados em 2020 estão reunidos neste Relatório. Boa leitura!

Ricardo da Silva Batista



Mensagem do Presidente do Conselho de Administração



Juscelino Martins

As práticas relacionadas ao que hoje chamamos de sustentabilidade e que envolvem os aspectos ambiental, social e de governança corporativa são executadas no Tribanco por convicção. O banco foi fundado em 1990, como parte da visão do Grupo Martins de fortalecer todos os elos que envolvem o setor atacadista-distribuidor e, em especial, de permitir que os pequenos e médios varejistas possam prosperar. Fazemos isso dentro de uma perspectiva de desenvolvimento sustentável.

Para nós, esse ideal envolve o engajamento em torno de um propósito comum e de valores compartilhados. Isso é importante para que as pessoas que fazem o banco hoje, e as que virão nas próximas gerações, se identifiquem com a nossa instituição, pois o sentimento de pertencimento contribui para a resiliência nos momentos difíceis, assim como nas fases de crescimento.

Diante de tantas transformações que estão acontecendo, como as inovações tecnológicas, a entrada de novos *players* e as regulamentações do setor financeiro, um desafio que temos é, justamente, o de manter essa identidade e comprometimento. A pandemia, em 2020, trouxe um elemento adicional, que é a distância física, pois muito do engajamento se cria com base em relações de confiança, e isso é algo que se constrói continuamente, na convivência do dia a dia. Felizmente, temos a tecnologia a nosso favor, que proporcionou que estivéssemos sempre conectados com nossos colaboradores, fornecedores e clientes. Reforço que somos parte de um grupo – o Martins – que, em mais de 60 anos de trajetória, mostrou rapidez e flexibilidade em se adaptar e renovar.

Somos um banco pequeno do ponto de vista de classificações e categorizações institucionais, mas ainda assim temos centenas de colaboradores no Tribanco, e o ecossistema do Grupo Martins possui, por sua vez, outros milhares de colaboradores, e todo um universo de clientes e fornecedores. O potencial do impacto positivo que podemos provocar é significativo.

Queremos que tais impactos ultrapassem esse ecossistema e é com essa convicção que seguimos atuando pela prosperidade e sustentabilidade dos nossos negócios, do pequeno e médio varejista e de seus clientes – que podem contar com nosso apoio para se desenvolverem – e da sociedade como um todo. Como diz nosso fundador, Alair Martins, cada pessoa tem a responsabilidade de se comportar e agir de maneira a influenciar de forma positiva o meio em que vive, e seguimos esse pensamento em nossas ações. Somos, como ele também afirma, uma gente boa trabalhando junta.

Nossos destaques em 2020

O lucro líquido

do Tribanco foi de R$ 38,4 milhões, um **crescimento de 113,5%** em relação ao mesmo período do ano anterior

Fechamos 2020 com mais de

938 mil clientes

sendo **905 mil pessoas físicas e 33 mil pessoas jurídicas**

O faturamento da Tricard atingiu

R$ 3,4 bilhões

um **aumento de 6,8%** em relação a 2019

5,6 mil clientes, que faturaram, no total,

R$ 3,6 bilhões

foram alcançados pelo meio de pagamento Unica

Aderimos à Rede Brasil do

Pacto Global da ONU

e iniciamos nossa jornada para **alinhar a nossa estratégia aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**

Mapeamos os

temas materiais

que são os **tópicos mais importantes para a sustentabilidade de nossa instituição**: criação de valor e inclusão financeira, nossas pessoas, mudanças climáticas, segurança da informação e inovação e transformação digital

Fizemos o primeiro

inventário de GEE

do Banco

Nossa atuação na pandemia de Covid-19

Estávamos para comemorar o 30º aniversário do Tribanco, no dia 15 de março, com uma grande celebração, quando precisamos cancelá-la em razão do início da pandemia de Covid-19 no país. O que se sucedeu, inicialmente, foi uma série de ações de caráter emergencial, como colocar, em poucos dias, 99% de nossos colaboradores em trabalho remoto e suspender momentaneamente o crédito para clientes novos até entender como o cenário econômico evoluiria dali em diante.

Em pouco tempo, no entanto, entendemos que o caminho a seguir era nos adaptar a esse cenário totalmente inesperado e buscar soluções e resiliência para os negócios. Assim, ao ver nossos clientes e os do Sistema Martins retomarem suas atividades, voltamos a liberar crédito, mas também a pensar em formas de contribuir com os segmentos de pessoas e atividades com os quais atuamos, que se encontram nas faixas mais vulneráveis de nossa sociedade, em um momento tão excepcional. Uma de nossas iniciativas foi renegociar prazos de pagamento de dívidas. Outra foi fazer doações. Uma das primeiras ações foi a destinação de recursos, via Instituto Alair Martins (IAMAR), para a aquisição de mercadorias a serem doadas. Também levamos apoio à população da cidade em que nossa sede está localizada, pois buscamos contribuir sempre com a comunidade local. Por meio do movimento Juntos por Uberlândia, de enfrentamento à Covid-19, doamos recursos para a implementação de um leito completo de UTI hospitalar para o Hospital Madrecor, com o objetivo de ampliar, de imediato, a oferta de vaga para casos graves da doença.

Quanto ao nosso aniversário, organizamos uma celebração digital em abril de 2020 e, desde então, fomos nos aprimorando nas iniciativas *on-line*. Aos colaboradores, por exemplo, foram realizadas *lives* sobre temas relacionados aos negócios, como vendas, mas também ao bem-estar.

Os desafios trazidos pela pandemia, no entanto, ainda não terminaram. Da área comercial à de gestão de pessoas, passando pelas de avaliação de riscos e por toda a nossa diretoria, seguimos atentos ao cenário econômico e ao nosso entorno, para levarmos as melhores soluções e apoio para nossos negócios e públicos.



1.

Sobre este relatório

Nossa proposta

Queremos, com este relatório, dar um passo além na transparência de nossos compromissos com os aspectos ESG (*environmental, social and corporate governance*) e caminhar para reportes de sustentabilidade de acordo com as Normas GRI (Global Reporting Initiative).

Por meio de uma consultoria externa (Rpt Sustentabilidade), definimos nossos temas materiais, que são os assuntos econômicos, sociais e ambientais mais importantes para a sustentabilidade dos negócios do banco, a fim de elaborar uma matriz de materialidade. Essa materialidade, para além de ser um pré-requisito para relatos desta natureza, torna-se um importante elemento norteador no planejamento estratégico de nossos negócios que integre, de forma efetiva, os já mencionados aspectos ESG.

Neste ano, portanto, o relatório não traz, ainda, o reporte dos conteúdos GRI Standards, anteriormente chamados indicadores. Essa decisão faz parte de nosso planejamento de evoluir, em etapas, na transparência da comunicação de nossos desempenhos e resultados, de forma que essa jornada seja construída com robustez e consistência.

Para definir esses temas, foi inicialmente feito um mapeamento dos nossos públicos de relacionamento e uma priorização em relação aos mais impactados por nosso negócio. Em seguida, foi realizado um levantamento sobre a percepção desses *stakeholders* sobre a empresa. Nesse processo, foram feitas 11 entrevistas e avaliadas 572 respostas de uma pesquisa *on-line* que priorizou as pessoas como sendo o centro da sustentabilidade do nosso negócio.

Estamos integrando, de forma efetiva, os aspectos ESG ao nosso planejamento estratégico

IDENTIFICAÇÃO
Mapeamento dos públicos e impactos da organização

PRIORIZAÇÃO
Levantamento da percepção dos *stakeholders*

ANÁLISE
Análise dos resultados e elaboração da matriz

VALIDAÇÃO
Validação com as lideranças e apresentação de riscos e oportunidades

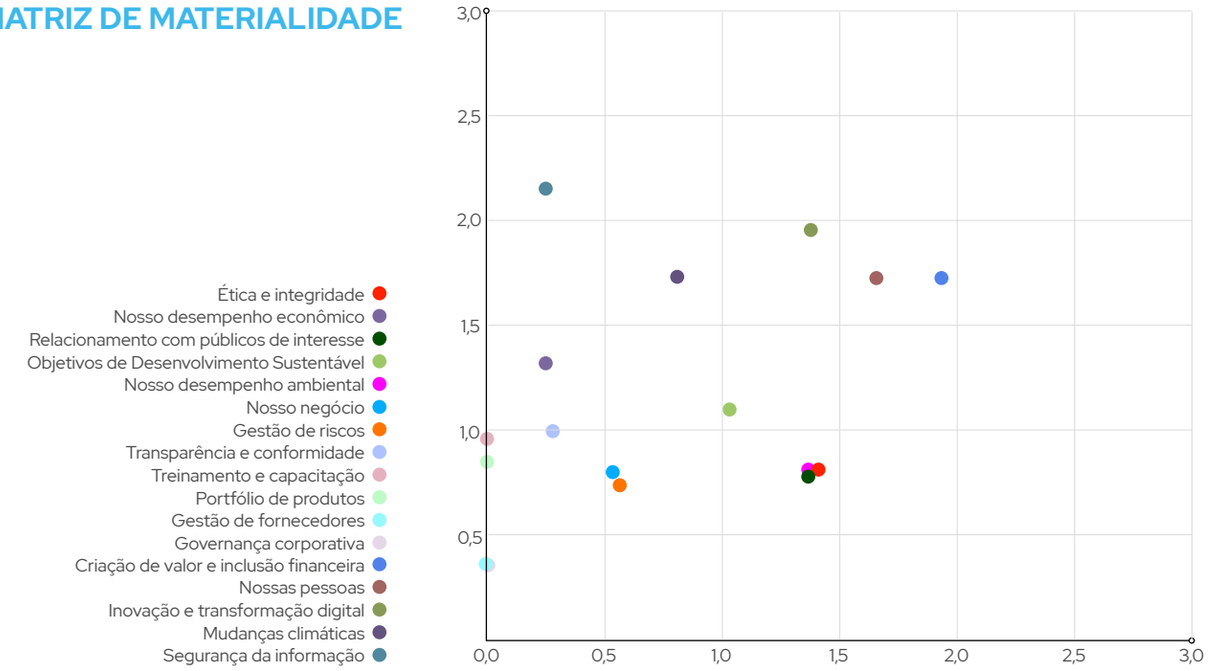
ENTREVISTAS	NÚMERO
Lideranças	6
Especialistas do setor	2
Acionistas	2
Clientes Pessoa Jurídica	1

STAKEHOLDERS CONSULTADOS DE FORMA ON-LINE	NÚMERO
Clientes	347
Colaboradores	214
Terceiro setor	7
Agências de *rating*	1
Imprensa	1
Entidade setorial	1
Sindicato	1
TOTAL	**572**

Após a análise dos resultados, foi feita a elaboração da matriz de materialidade do banco. Essa matriz foi, então, apresentada e aprovada pelas lideranças da empresa. Chegamos, assim, à definição de cinco temas materiais:

- MUDANÇAS CLIMÁTICAS
- CRIAÇÃO DE VALOR E INCLUSÃO FINANCEIRA
- NOSSAS PESSOAS
- SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO
- INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MATRIZ DE MATERIALIDADE



2. Negócios, propósitos e clientes

Quem somos

Nosso foco de atuação são os pequenos e médios varejistas

O Banco Triângulo S/A, Tribanco, é uma sociedade privada, fundada em 1990 pelo Grupo Martins, um dos líderes no setor de distribuição e atacado no País. Somos um banco do varejo: nosso foco de atuação está nos pequenos e médios varejistas de todo o Brasil, para quem levamos soluções financeiras de forma diferenciada, ágil e acessível. Esse é um segmento que muitas vezes tem dificuldade em acessar linhas de crédito e serviços financeiros importantes para seus negócios, e estamos aqui para suprir essa necessidade, que foi ainda mais primordial durante a pandemia de Covid-19. Também estendemos nossos serviços aos clientes de nossos clientes (B2B).

Para oferecer tudo o que nosso público precisa para se desenvolver – aumentar vendas, atrair e fidelizar clientes, proteger o negócio e melhorar a gestão –, contamos com quatro unidades de negócios: a Tricard, administradora de cartões, a Tribanco Corretora de Seguros, que oferece uma série de seguros empresariais e pessoais, a Unica, que atua com pagamentos eletrônicos, e a Triconta, nossa conta digital. Todas operam de formas distintas, mas sob o controle do Tribanco.

O Tribanco e suas unidades de negócios são parte do Sistema Martins (SIM), um conglomerado de empresas financeiras e comerciais criado pelo Grupo Martins para integrar todos os elos da cadeia de consumo e para apoiar o desenvolvimento de um segmento tão vital para a economia de um país, que são os pequenos e médios varejistas.





triconta

Conta Digital, lançada em 2019, voltada para pessoas físicas que possuem relacionamento com os varejistas atendidos pelo Grupo Martins.

UNICA

Estabelecida em 2018, é a empresa de meios de pagamento do Sistema Martins.

efácil

Criada em 2001 para atender ao consumidor final, é uma plataforma de e-*commerce* que vem se consolidando como uma das maiores lojas *on-line* do país. Possui mais de 15 mil produtos cadastrados em categorias diversas, como eletroeletrônicos, alimentos e material de construção. Em 2020, o eFácil lançou seu primeiro aplicativo de compras.

IAMAR

O braço social do Sistema Martins. Mantido pelo Tribanco e pelo Martins, é uma instituição de natureza socioambiental, cultural e educacional, responsável por gerir o investimento social privado do SIM.

tribanco

Criado em 1990, com o objetivo de entregar as melhores soluções financeiras aos clientes e parceiros do Sistema Martins.

tricard

Empresa de cartões de crédito voltada para pequenos e médios varejistas e seus consumidores criada em 2002.

UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO

A UMV está no mercado há mais de 30 anos, desenvolvendo e oferecendo ao varejo informações e soluções estratégicas para todas as áreas de negócios, proporcionando assim melhor eficiência em gestão e resultados. Para isso, a UMV oferece consultorias, programas de treinamento e capacitação, projetos de modernização de loja e soluções digitais.

Smart

É uma rede de supermercados independentes, criada em 2000 com o objetivo de levar capacitação e gestão para os filiados. Atualmente, somamos mais de 600 lojas no Brasil.

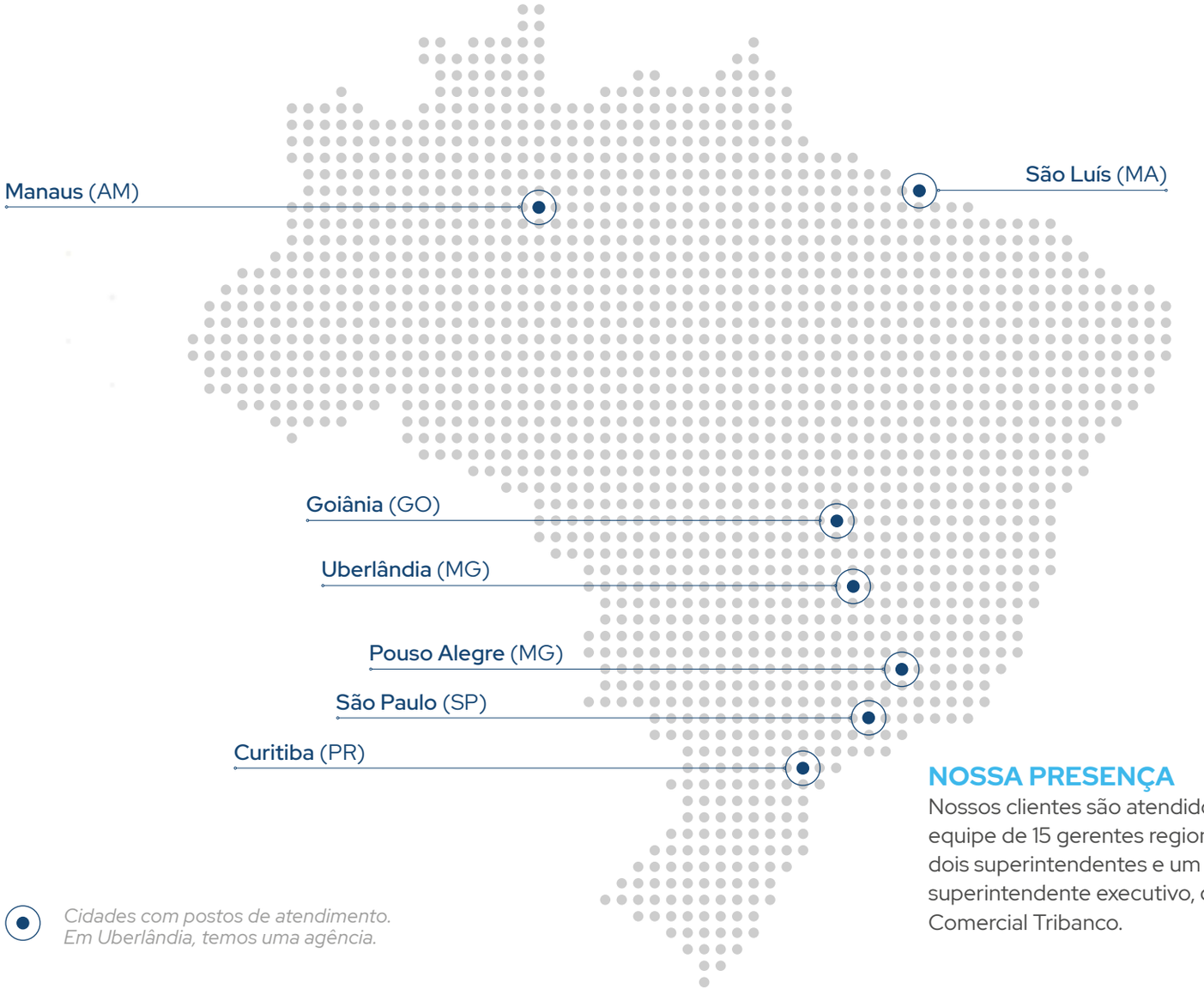
tribanco SEGUROS

Ao oferecer seguros, a empresa, fundada em 2008, completa a oferta de valor para os clientes do Sistema Martins.

ONDE ESTAMOS

Nossa sede fica em Uberlândia (MG) e também funciona como uma agência. Temos seis escritórios, localizados nas cidades de Curitiba (PR), Goiânia (GO), Manaus (AM), Pouso Alegre (MG), São Luís (MA) e São Paulo (SP).

Para atendimento dos nossos clientes, contamos com um superintendente executivo comercial, dois superintendentes e 15 gerentes regionais, que atuam em todos os estados do país. Somado a outros canais, como o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), atendimento por telefone e aplicativo, nos mantemos sempre próximos aos nossos clientes.



Cidades com postos de atendimento. Em Uberlândia, temos uma agência.

6

CIDADES
contam com postos de atendimento Tribanco

NOSSA PRESENÇA

Nossos clientes são atendidos por uma equipe de 15 gerentes regionais, dois superintendentes e um superintendente executivo, do time Comercial Tribanco.

Nossa história

O Martins surgiu em 1953, como um pequeno armazém de secos e molhados, fundado por Alair Martins, em Uberlândia (MG). Ocupava, então, um espaço de 100 metros quadrados. Nas décadas de 1960 e 1970, os negócios foram se expandindo; passou a contar com uma frota própria de caminhões e um grande armazém, e o Grupo Martins se tornou uma referência na distribuição e no apoio ao desenvolvimento do varejo brasileiro. Nessa trajetória, o grupo tomou para si o papel de integrador da cadeia de consumo, organizando-se, então, como o Sistema Martins (SIM), que busca atender a todas as necessidades dos pequenos e médios empreendedores.

Foi como parte dessa visão que surgiu o Tribanco, um banco que se propõe a levar soluções financeiras para esse público. Em 2020, completamos 30 anos de existência, com muito orgulho. Veja, a seguir, um breve histórico dessa trajetória. Além do crescimento de nossas atividades financeiras, a sustentabilidade também marca presença nestas três décadas de existência:

1990

o Tribanco é criado com o objetivo de entregar as melhores soluções financeiras aos clientes e parceiros do Sistema Martins.

2002

surge a Tricard, empresa de cartões de crédito do Tribanco voltada para pequenos e médios varejistas e seus consumidores; promove, dessa forma, a inclusão financeira de milhares de pessoas físicas.

2005

é fundado o Instituto Alair Martins (IAMAR); a entidade tem foco na educação de jovens para o empreendedorismo, como forma de perpetuar os valores do fundador do Grupo e do Sistema Martins, Alair Martins.

2008

a Tribanco Corretora de Seguros é criada.

2009

o Tribanco recebe o Selo Abrinq e o Selo de Empresa Cidadã. No mesmo ano, também assina o Comunicado de Copenhague sobre alterações climáticas.

2011

a International Finance Corporation (IFC), braço financeiro do Banco Mundial, adquire 10% do capital do Tribanco; esse movimento reforça a governança e a agenda de inclusão financeira do banco e suas controladas.

2013

o Tribanco é premiado, pela Ashoka Empreendedores Sociais devido à ação "A Liga dos Intraempreendedores: Melhores Negócios de Dentro para Fora".

2014

recebimento do Prêmio Inclusive Business Case Studies (IFC) – destinado às empresas que impactam diretamente na vida das pessoas de baixa renda. Além disso, de 2011 a 2013, fomos eleitos todos os anos como "Leader in Inclusive Business", pela IFC.

2015

premiado pela Iniciativa Incluir, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD Brasil).

2018

o Tribanco readquire a parte da IFC e o controle volta a ser totalmente da família Martins. No mesmo ano, surge a Unica, empresa de meios de pagamentos, que combina a experiência e credibilidade do Sistema Martins com propostas completas e inovadoras.

Por que estamos aqui: propósito, missão e valores

Como instituição financeira voltada ao pequeno e médio comerciante, segmento tão importante para o país, está em nossa essência ajudar esse varejista a crescer, por meio de produtos e serviços adequados e até mesmo customizáveis. Acreditamos que o sucesso desse setor é vital para o desenvolvimento sustentável da sociedade e que podemos ser parceiros dessa jornada. Para fechar esse elo, também temos soluções para os clientes desses varejistas, por meio de serviços como cartão de crédito, o que contribui para a promoção da inclusão financeira de muitas pessoas. Como linhas norteadoras de nossas iniciativas, temos nossa missão e visão e, como alicerce, os nossos valores.

Em 2020, passamos por um momento de reflexão interna, com a reavaliação de nossos propósitos. Contamos, inclusive, com o apoio de uma consultoria especializada para nos conduzir nessa autoavaliação. Assim definimos que os focos no varejo, no humano e na simplicidade são nossos pilares de atuação.

Crença

Acreditamos que o sucesso do pequeno e médio varejista é vital para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

Pilares

BANCO DO VAREJISTA
Nós nascemos com a barriga no balcão, vivemos e ganhamos a vida com isso. Precisamos ser íntimos do negócio do varejo, em particular do pequeno e médio varejista.

HUMANO
A essência do pequeno e médio varejo é o relacionamento humano, dos dois lados do balcão, o tempo todo. É assim que esse negócio cresce.

SIMPLES
O crescimento complica. A tecnologia simplifica. Por isso, o nosso compromisso com a simplicidade e a tecnologia é muito importante.

Compromisso

Ser o banco parceiro do pequeno e médio varejista.

Nosso diferencial

Com uma relação próxima do negócio e considerando o bem-estar da família de nossos clientes, oferecemos a eles soluções financeiras, serviços complementares, conhecimento e gestão.

O que fazemos: serviços e produtos

Criamos produtos e soluções financeiras para levar as melhores experiências aos nossos clientes

Nosso conjunto de empresas – Tribanco, Tricard, Tribanco Corretora de Seguros e Unica – suprem as necessidades principais dos pequenos e médios comerciantes. Nossas soluções ajudam esse público a:

- **Comprar melhor** – por meio de serviços e produtos como capital de giro, financiamento e cartão empresarial.
- **Vender mais** - oferecemos linhas de crédito como empréstimo empresarial, linhas do BNDES, capital de giro, crédito para quem quer usar energia solar, máquinas para pagamento a taxas competitivas e cartões de crédito para os clientes dos nossos clientes.
- **Gerenciar melhor o negócio** – fazem parte desta área soluções para otimizar custos operacionais, simplificar pagamentos de funcionários e fazer a conciliação digital de recebíveis. Entre elas estão: *internet banking*, conta corrente, pagamentos, recebíveis, transporte de valores e cofre inteligente.
- **Proteger o negócio** – oferecemos diversas modalidades de seguro, como seguro empresarial, para os sócios e funcionários e para frotas e transporte.
- **Fidelizar o cliente** – o cartão de crédito da Tricard pode ser oferecido para o cliente da loja, que assim obtém prazos e condições melhores e descontos, o que o faz retornar e continuar comprando no local.

Em 2019, lançamos ainda a primeira carteira digital destinada a varejistas, a Triconta Martins, uma plataforma que possibilita o acesso de lojistas a soluções como ofertas de produtos do atacadista e serviços financeiros, entre eles cartão múltiplo, uma maquininha de cartões e opções de seguros.

Vale lembrar que, ao longo dos últimos anos, reestruturamos processos e portfólios, criando20mais produtos e soluções financeiras para levar as melhores experiências aos clientes e ganhar escala. Ao mesmo tempo, obtivemos mais eficiência e velocidade em processos como análise de crédito e cobrança de dívidas. São os resultados, que já se fazem sentir, de investimentos realizados em pessoas e tecnologias digitais (veja mais informações sobre transformação digital na pág. 20).

COMPOSIÇÃO DA CARTEIRA POR SETOR DE ATIVIDADE (VALORES EM R$ MIL)

	2020	2019
Comércio	1.537.093	1.296.435
Pessoa física	564.511	529.313
Alimentos e bebidas	36.629	23.332
Químico e petroquímico	34.366	23.292
Serviços privados	17.096	22.250
Construção e imobiliário	13.438	10.126
Transportes	8.448	9.612
Financeiro	6.226	7.494
Papel e celulose	4.635	6.902
Automotivo	3.689	5.185
Educação, saúde e assemelhados	1.977	984
Agropecuário	1.013	854
Telecomunicações	911	744
Têxtil e confecções	595	628
Madeira e móveis	339	610
Máquinas e equipamentos	215	363
Siderurgia e metalurgia	59	242
Eletroeletrônicos	-	25
Outros	25.527	25.933
TOTAL	**2.256.767**	**1.964.324**

COMPOSIÇÃO DA CARTEIRA POR MODALIDADE DE OPERAÇÃO (EM R$ MIL)

	2020	2019
Capital de giro, cheque especial e conta garantida	1.232.069	1.072.832
Cartões de crédito	183.883	223.484
FINAME/BNDES	171.235	91.536
Compror	49.929	48.356
Títulos descontados	50.328	42.570
Financiamentos à exportação	5.850	23.613
Demais direitos creditórios	9.181	13.904
Adiantamentos a depositantes	881	981
Crédito pessoal	4.031	4.310
SUBTOTAL - OPERAÇÕES DE CRÉDITO	**1.707.387**	**1.521.586**
Cartões de crédito - Compras a faturar	543.953	439.487
Outros créditos	5.427	3.251
TOTAL	**2.256.767**	**1.964.324**

Relacionamentos com nossos públicos

Como instituição financeira, temos muitos públicos com os quais nos relacionamos. Em especial, destacamos nossos clientes e os órgãos reguladores.

CLIENTES

Para os nossos clientes varejistas, temos uma equipe comercial que está em contato constante com eles, virtual ou presencialmente, para atender as suas necessidades e oferecer soluções que os ajudem a prosperar.

Acompanhamos todo o ciclo do cliente em nossa instituição, seja ele pessoa física ou jurídica, desde a primeira contratação, até o encerramento, quando necessário, da relação. Nessa jornada do cliente conosco, as diferentes áreas da nossa empresa se dedicam a etapas distintas, como ofertas, abordagem, abertura e movimentação de conta, *pricing* e formalização.

Em 2020, implantamos processos de avaliação prévia, com dados oriundos do relacionamento do cliente com o SIM, que permitem a redução no tempo de aprovação de crédito. O objetivo é chegar a meados de 2021 com 85% de aprovação sendo feito de forma automática.

Mantemos, ainda, diversos canais para que o cliente entre em contato conosco. Nosso Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) e Central de Atendimento podem ser contatados por telefone. Em nosso *site,* também disponibilizamos um "Fale conosco" para informações gerais e um "Fale com o presidente" para envio de sugestões, elogios ou críticas. Também fazemos parte do Consumidor.gov, um canal que permite registro rápido e fácil de problemas eventualmente não resolvidos via SAC ou Central de Atendimento. Finalmente, temos uma Ouvidoria que pode ser acionada em última instância.

ÓRGÃOS REGULADORES

Mantemos uma relação próxima e proativa com os órgãos reguladores, como o Banco Central do Brasil, agências de *rating*, entidades e sindicatos do setor financeiro. Buscamos sempre o alinhamento às melhores práticas de mercado, esforçando-nos para criar práticas que vão além daquelas exigidas para uma instituição do nosso porte.

Universidade Martins do Varejo

Entendemos que temos um papel importante para ajudar o varejista a crescer. Portanto, contamos, dentro do Sistema Martins, com a Universidade Martins do Varejo (UMV), uma forma de contribuir e estreitar relações com esse segmento. Criada em 1988, a UMV oferece informações e soluções para o varejista melhorar seus negócios e, assim, obter mais resultados. São realizados cursos, treinamentos e consultorias que abordam temas como gestão de negócios e de pessoas, produtividade, *marketing*, tecnologias digitais e governança, além de projetos para criar fachadas e ambientes internos mais atrativos para os clientes. Informações sobre tendências do mercado também são levadas ao varejista por meio de webinares, *newsletters* e uma área de notícias na plataforma.

Mais de 340 mil profissionais do varejo já foram treinados e mais de 20 mil projetos executados pela UMV.



3. Transformação digital

Estamos investindo mais de R$ 30 milhões em transformação digital

Tecnologia para o cliente

A transformação digital soa como uma expressão da moda, mas está de fato acontecendo e, para prosperarmos, não há mais como escolher entre atuar no mundo físico ou no virtual. É tudo junto e agora. As novas tecnologias são um dos principais pilares estratégicos do que vislumbramos para a nossa instituição: um banco seguro, ágil, competitivo, capaz de ganhar escala com segurança, sem abrir mão do atendimento focado no cliente.

Recentemente, anunciamos R$ 12 milhões em investimentos, para 2021 e 2022, em um *roadmap* de implantação de tecnologias nas mais diferentes áreas da nossa instituição, como avaliação de riscos e crédito, proteção de dados, gestão de pessoas e, claro, nas soluções que levamos aos clientes. Estamos dentro do cronograma previsto e já avançamos em diversas ações. Exemplos são as soluções aos clientes do Grupo Martins, com a abertura integrada das contas digitais, bem como a oferta de produtos e serviços nos canais Martins. Essa agenda da transformação digital e seu alinhamento com a estratégia do Tribanco é conduzida, principalmente, pela nossa área de Projetos, junto com as de Gente e Gestão e a de Tecnologia.

Além disso, mais de R$ 20 milhões estão sendo investidos em projetos relacionados ao pagamento por Pix e à Triconta (a nova conta digital para pessoa física), entre outras ações envolvendo tecnologia.

Um dos efeitos da pandemia foi trazer o tema da transformação digital da lista de prioridade para a de urgência, e essa foi uma agenda que evoluiu consideravelmente no ano. A interrupção dos contatos presenciais com nossos clientes e entre nossos colaboradores acabou por demandar a adoção de algumas soluções digitais mais rapidamente e de testá-las, especialmente no que se refere a segurança da informação e atendimento. Implantamos, por exemplo, o envio de dados em arquivos criptografados e lançamos nossa primeira carteira digital para os clientes.

A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NO CENTRO

Todas essas mudanças têm o cliente no foco, ou seja, são sobre usar a transformação digital não para massificar, mas para criarmos diferenciais no nosso relacionamento com o cliente. Um dos aspectos que estão sendo trabalhados na implementação das novas tecnologias é a de pensar as iniciativas não mais em termos de produto, mas como algo integrado.

Em outras palavras, queremos que ele enxergue nossa instituição como uma solução única e intregada, e não como várias unidades - Tribanco, Tricard ou Unica - oferecendo diferentes produtos de que ele necessita.

Esse tipo de *mindset*, baseado em tecnologia, traz uma mudança cultural e organizacional para nós. Afinal, são os nossos colaboradores que farão o uso adequado e correto dos dados, aplicando as melhores ferramentas digitais, para criarmos diferenciais no nosso relacionamento com o cliente e na experiência deste com o nosso banco. Por isso, o desenvolvimento de competências para atuar nesse cenário recebe atenção especial da área de Gente e Gestão. E tudo isso deverá ser feito de forma alinhada com a nossa identidade e propósitos.

4. Governança, riscos e segurança

Gestão consolidada

Buscamos sempre um modelo de governança efetivo, transparente e ético

Temos uma estrutura de governança sólida e estável, construída ao longo dos 30 anos da empresa. Contamos ainda com um Conselho Administrativo que inclui três conselheiros externos - mais do que os dois que são exigidos pela legislação.

A partir de diretrizes estabelecidas no nosso Plano de Governança Corporativa, bem como as recomendações de boas práticas do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), temos buscado um modelo de governança efetivo, transparente e ético, alinhado à visão de longo prazo e ao nosso compromisso com a conformidade e geração de valor para os acionistas.

Em 2020, nosso modelo de governança mostrou-se de grande importância na agilidade necessária para dar resposta às rápidas mudanças que ocorreram em razão dos impactos econômicos, sociais e sanitários da pandemia. Nosso Conselho manteve-se próximo aos executivos nas tomadas de decisões, que contribuíram, por exemplo, para a aceleração da digitalização do banco, medida importante para que pudéssemos manter a comunicação e o atendimento com clientes e fornecedores.

Outra novidade em 2020 foi que a área de Compliance passou a ser subordinada à Superintendência de Governança Corporativa. Mais recentemente, em abril de 2021, o Jurídico também foi integrado à mesma superintendência. O objetivo dessas movimentações é promover ganho de sinergia entre as áreas, que passam a responder por todas as questões jurídicas, de *compliance* e de governança do Tribanco e suas controladas.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E DE TOMADAS DE DECISÃO

O Tribanco é controlado pela família Martins, por meio de três *holdings*, e o banco detém o controle de três unidades de negócios, também chamadas subsidiárias.

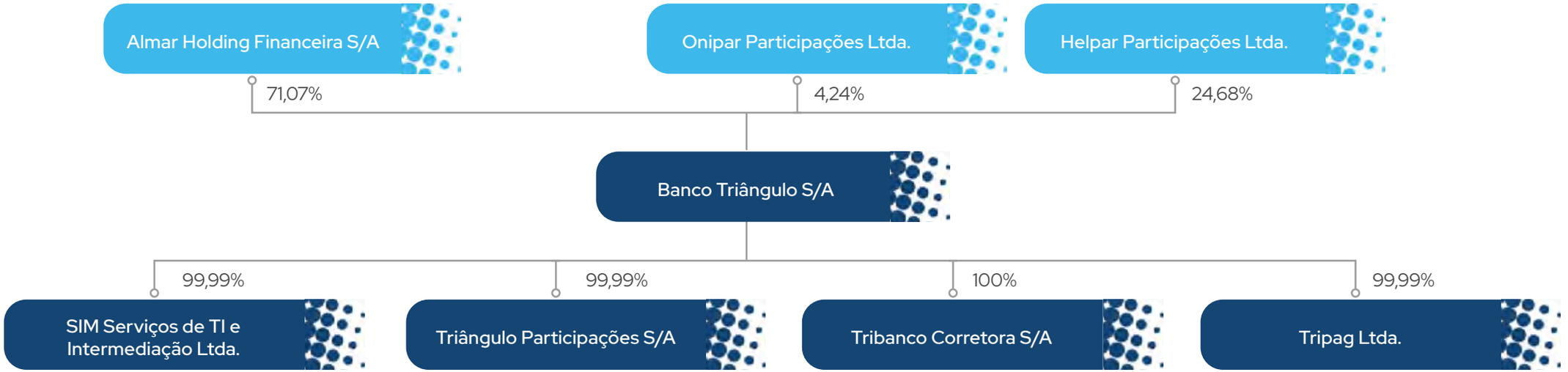
Nosso Conselho de Administração elabora as estratégias de negócios junto à nossa Diretoria, atento ao desafio constante de cumprir com os resultados de curto prazo e focar na longevidade e sustentabilidade dos negócios. De acordo com nosso estatuto social, o Conselho deve ser composto por cinco a oito membros, dos quais no mínimo dois devem ser conselheiros independentes. O mandato é de dois anos, e os membros podem ser reeleitos.

O Conselho conta ainda com quatro Comitês de Assessoramento, que o apoiam nas decisões estratégicas e monitoram a execução do Plano Estratégico e do Plano de Capital. Cada comitê é coordenado por um membro do Conselho, com exceção do Comitê de Auditoria e Compliance, cuja coordenação está sob responsabilidade de um especialista externo.

3

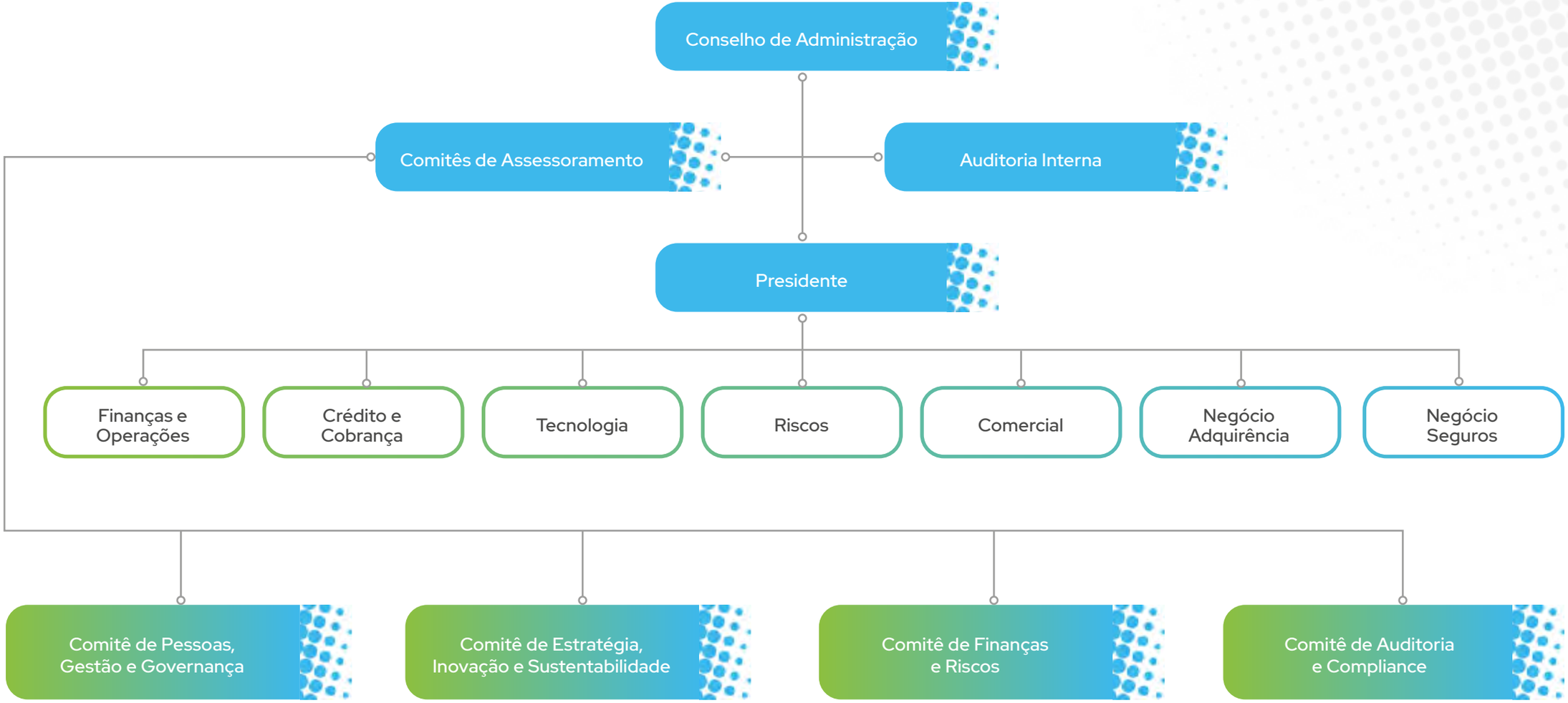
CONSELHEIROS
de nosso *board*
são independentes

ESTRUTURA SOsocietária



ACIONISTAS	% PARTICIPAÇÃO	AÇÕES ORDINÁRIAS	VALOR R$
Almar Holding Financeira S/A	71,07%	168.190.448	220.186.271,17
Helpar Participações Ltda.	24,69%	58.407.679	76.464.325,02
Onipar Participações Ltda.	4,24%	10.044.800	13.150.134,36
TOTAL	**100%**	**236.642.927**	**309.800.730,55**

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL



Composição do Conselho de Administração*

JUSCELINO FERNANDES MARTINS
Presidente do Conselho

MARCO MATIOLI DE SOUZA VIEIRA
Conselheiro independente e coordenador do Comitê de Finanças e Riscos e membro do Comitê de Auditoria e Compliance

FRANCISCO MESQUITA NETO
Conselheiro independente e coordenador do Comitê de Gestão de Pessoas e Governança

JOÃO AYRES RABELLO FILHO
Conselheiro independente e membro do Comitê de Estratégia, Inovação e Sustentabilidade e do Comitê de Finanças e Riscos

PEDRO PINTO ZANNI
Conselheiro independente e membro do Comitê de Estratégia, Inovação e Sustentabilidade e do Comitê de Finanças e Riscos

Composição da Diretoria Executiva*

RICARDO DA SILVA BATISTA
Presidente

RICARDO BARRETO
Diretoria de Clientes, Produtos e Marketing

RICARDO TADASHI TAKEYAMA
Diretoria de Crédito e Cobrança

MARCELO VILELA
Diretoria de Tecnologia

ROBERTO FELIX OLIVEIRA DE SOUZA
Diretoria de Riscos

ROSANA RIBEIRO MIGUEL
Diretoria Tribanco Seguros

MÁRIO JOSÉ NAVES ATTIÊ
Diretoria UNICA

ULISSES GUIMARÃES
Diretoria de Finanças

** Composição em julho de 2021*

Compliance, integridade e ética

Nossa área de Compliance atua próximo às de Negócios, como facilitadora entre essas áreas e os órgãos reguladores, normativos e regulamentações internas e externas. Promovemos a atualização e o aprimoramento constantes das políticas institucionais e de processos de trabalho, dando solidez à nossa governança corporativa, com ênfase no gerenciamento integrado de riscos e de prevenção à lavagem de dinheiro e atos de corrupção. Nosso Comitê de Auditoria e Compliance analisa questões relacionadas a *compliance* e controles internos e faz a interface com a Auditoria Interna e a Auditoria Externa.

O ano de 2020 foi intenso para esta área, devido à intensificação de mudanças e novidades regulatórias e normativas nos setores econômico e financeiro, do nível municipal ao federal, como resultado do enfrentamento da Covid-19. Foi necessário atenção para acompanhar e ajustar nossos processos e operações e garantir o cumprimento de novas regras e também das nossas políticas internas.

CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

Nosso Código de Ética e Conduta é o mesmo de todo o Sistema Martins e traz informações detalhadas sobre a postura desejável em casos de conflitos de interesses, privacidade de informações e relacionamento com terceiros. O documento está disponível em nosso *site* (tribanco.com.br).

Ali afirmamos que os princípios éticos e valores da nossa instituição devem ser levados onde nossos colaboradores estiverem, e estes, por sua vez, são responsáveis pela prática e disseminação do código em seus relacionamentos. Temos cursos específicos sobre *compliance* e ética em nossa plataforma interna de treinamento, a SimplesFica. Em 2020, 95% dos colaboradores, em média, cumpriram os treinamentos sobre esses temas. Também realizamos a comunicação com colaboradores para estimular o cumprimento de normas e conduta ética.

TEMA DO TREINAMENTO	MÉDIA GERAL 2020		
	Nº de colaboradores que concluíram	Nª de colaboradores com conclusão pendente	% Concluídos
Código de Ética e Conduta	823	80	95%
Controles Internos e Compliance	817	86	95%
Ouvidoria	836	67	97%
Gerenciamento do Risco Operacional	777	125	90%
LGPD	763	140	89%
Segurança da Informação	647	256	75%
Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo	662	241	77%
Introdução à Responsabilidade Socioambiental no Sistema Financeiro	646	257	75%
TOTAL – COLABORADORES E ESTAGIÁRIOS		**903**	

95% dos colaboradores foram treinados sobre compliance e ética em 2020

No caso de um colaborador ou pessoa externa identificar algum comportamento ou situação que não esteja de acordo com nosso código, como desvio de conduta ou suspeita de fraude ou corrupção, é possível nos alertar, de forma anônima, por meio do nosso Canal de Integridade, que está disponível no *site*. O contato pode ser feito por telefone ou formulário.

OUVIDORIA

A ouvidoria é a instância para mediar situações relacionadas à empresa que não tenham sido resolvidas pelos nossos outros canais de atendimento, como nosso SAC (ver mais na pág. 19). A ouvidoria preza pelos princípios de transparência e imparcialidade e também é o canal que atua sobre possíveis demandas dos clientes encaminhadas à instituição pelo Banco Central e pelo site do Consumidor.gov.

Vale ressaltar que o Banco Central divulga trimestralmente o Ranking de Qualidade de Ouvidorias, e a Ouvidoria do Tribanco ocupou a primeira posição no primeiro, no segundo e no terceiro trimestres de 2020.

Gestão de riscos

O gerenciamento de riscos relacionados a crédito, mercado e liquidez, bem como riscos socioambientais, entre outros, é essencial para o bom andamento de nossos processos estratégicos, operacionais e financeiros. Temos, no Tribanco, a visão de que essa gestão deve ser entendida como aquela que, se por um lado deve evitar situações que ameacem nossas operações, por outro lado pode identificar oportunidades para o ganho de escala nos negócios, e que isso seja feito com segurança.

Nossa Diretoria de Riscos e Gerenciamento de Capitais é a área responsável por monitorar e acompanhar todos os indicadores, criar e desenvolver planos de ação e reportar informações à administração. Também cabe a ela garantir que nossos sistemas de avaliação e mitigação de riscos sejam atualizados e sigam evoluindo. Pela natureza de nossos serviços e produtos, temos um olhar atento em especial aos riscos relacionados a crédito e contamos com o apoio de áreas como a de Crédito e Cobrança, que define os parâmetros que determinam o risco de crédito de cada cliente.

Em 2020, nossos modelos foram colocados à prova pelos impactos econômicos da pandemia, com a forte queda das atividades econômicas e os altos e baixos de indicadores. Nos meses iniciais da crise causada pela Covid-19, reduzimos atividades como cessão de crédito e cartão de crédito para clientes novos, em especial Pessoas Físicas, enquanto avaliávamos como seria a recomposição da renda dos segmentos com os quais trabalhamos. Porém, cientes da importância de contribuirmos com quem já era nosso cliente em um momento de dificuldade, realizamos renegociações de dívidas, redução de taxas de juro e novas condições de crédito, em especial para Pessoas Jurídicas.

A chegada do auxílio emergencial trouxe uma injeção de recursos ao mercado e nos permitiu reabrir as linhas de crédito. Também utilizamos mais as informações do Sistema Martins para entender o comportamento dos clientes e sermos mais proativos na oferta de crédito. Um ponto interessante é que, embora a receita a partir do crédito não tenha apresentado crescimento significativo, a inadimplência, ao fim de 2020, tinha atingido um mínimo histórico. O início de 2021, no entanto, mostrou-se novamente incerto devido ao fim do auxílio emergencial e ao arrefecimento da pandemia, e assim as áreas responsáveis pelo gerenciamento de riscos seguem monitorando a evolução do mercado.

PREVENÇÃO À FRAUDE E LAVAGEM DE DINHEIRO

Quanto aos riscos relacionados a fraude e práticas de lavagem de dinheiro, contamos com diversos sistemas de alerta e camadas de prevenção contra transações e movimentações financeiras incomuns dos nossos clientes. Nossos gerentes comerciais também recebem treinamentos para identificar esses riscos. Quando o risco de lavagem de dinheiro é identificado, reportamos ao Comitê de Prevenção à Lavagem de Dinheiro, que decide pelas comunicações ou não, em conformidade com a legislação atual. Essas comunicações são informadas ao Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf).

Em 2020, passamos pela adequação à Resolução 3.978, do Banco Central, que trata da Prevenção à Lavagem de Dinheiro. Embora muito do que está determinado já estivesse coberto, uma das alterações mais relevantes refere-se à Avaliação Interna de Risco (AIR), que foi implantada de acordo com os perfis de riscos dos clientes, operações, colaboradores, parceiros e prestadores de serviços terceirizados, além do prazo para execução dos procedimentos de análise e comunicação ao Coaf, que agora é de no máximo 45 dias.

RISCOS SOCIOAMBIENTAIS E CLIMÁTICOS

Com relação aos riscos associados a questões sociais e ambientais, consideramos os fatores socioambientais em que o cliente está inserido, seu objeto social e atividades correlatas. Utilizamos metodologia própria para classificação dos riscos inerentes ao negócio, sempre baseados em suas atividades específicas.

Dessa forma, para nossos clientes com atividades industriais e/ou varejistas, realizamos mapeamento conforme prevê nossas políticas e procedimentos. De praxe, seguimos atentos a riscos associados, por meio de monitoramento de mídias e varreduras junto aos órgãos públicos, a fim de identificar qualquer exceção à análise previamente executada.

A avaliação de riscos climáticos é uma demanda que cresce por parte de órgãos reguladores e mercado, e deve entrar no nosso monitoramento de riscos, pois trará impactos em médio e longo prazos. Estamos nos adaptando para iniciar os ajustes que serão demandados pelo atendimento às normas do ESG.

ANÁLISE DE GARANTIAS

Para propostas de operação envolvendo garantia real imobiliária, fazemos uma avaliação, junto ao Departamento Jurídico, da garantia e análise de eventuais riscos existentes para que o Comitê Executivo de Crédito PJ e Renegociação possa deliberar. Os imóveis que demandarem uma rotina de monitoramento com vistas à garantia da qualidade do mesmo (terrenos, imóveis rurais, imóveis em obras etc.) não estão impedidos de serem aceitos como garantia. Apenas deverão ter esse monitoramento alinhado entre as áreas Comercial e Gestão de Garantias.

PREVENÇÃO

A FRAUDE
está no escopo de riscos

A Diretoria de Riscos e Gerenciamento de Capitais é responsável pelos indicadores de nosso mapa de riscos

Segurança da informação e riscos cibernéticos

Com a pandemia, aperfeiçoamos nosso processo de proteção de dados para o trabalho em home office

Os avanços das tecnologias digitais em todos os aspectos de nossas vidas ressaltam, cada vez mais, a importância da segurança da informação em nossas atividades cotidianas. No Tribanco, os investimentos em tecnologia de R$ 12 milhões, o *roadmap* para a segurança da informação e a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), em 2020, trouxeram importantes incrementos em tecnologia, segurança para proteção de dados e sistemas em geral, para nós, nossos clientes e fornecedores.

A pandemia fez com que vários mecanismos de segurança fossem testados. Uma das situações que encontramos foi o aumento no número de tentativas de invasão dos nossos sistemas. Ele girava em torno de 4 mil a 5 mil por mês – uma média considerada normal – mas subiu para 16 mil em abril do ano passado, e depois para 125 mil, em maio. Em seguida, porém, as tentativas foram diminuindo e se encontram hoje no patamar de 5 mil a 10 mil. Não houve problemas decorrentes dessas tentativas.

Outro ponto foi a melhoria em segurança na comunicação entre nossos colaboradores. Uma vez que eles passaram a trabalhar em suas casas (em razão da pandemia), foi necessário adquirir e adaptar processos de proteção de dados. Para *e-mails* com dados pessoais, por exemplo, o colaborador precisa inseri-los em um arquivo criptografado. Adotamos também o uso de cofres virtuais (gestão de acessos privilegiados) e monitoramento das informações que estão sendo acessadas a partir de equipamentos como *notebooks*, *desktops*, *smartphones* e *tablets*.

ADERÊNCIA À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Nossa aderência à LGPD evoluiu, de 26%, no fim de 2019, para 82%, no fim de 2020. Demos transparência, que é um dos pontos da lei, ao cliente no que se refere à coleta de *cookies* em nosso *site*. Também elaboramos uma matriz de risco cibernético e de LGPD dos fornecedores, para que atuem com mais robustez, e realizamos adequações nos contratos com eles. Quanto aos nossos colaboradores, oferecemos treinamentos sobre a lei e possíveis fontes de vazamento de dados. Vale lembrar que muito do que a LGPD demanda já estava endereçada em nosso *roadmap* de segurança da informação.



LGPD

EVOLUÍMOS
em nossa adequação à lei em 2020

5.
Quem faz o Tribanco

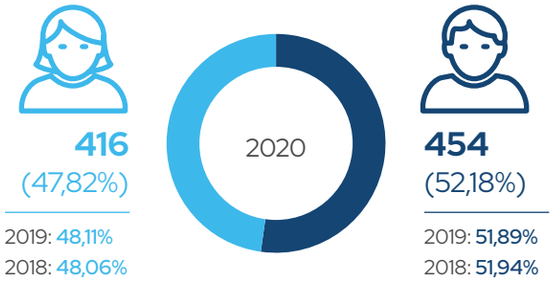
As pessoas à frente



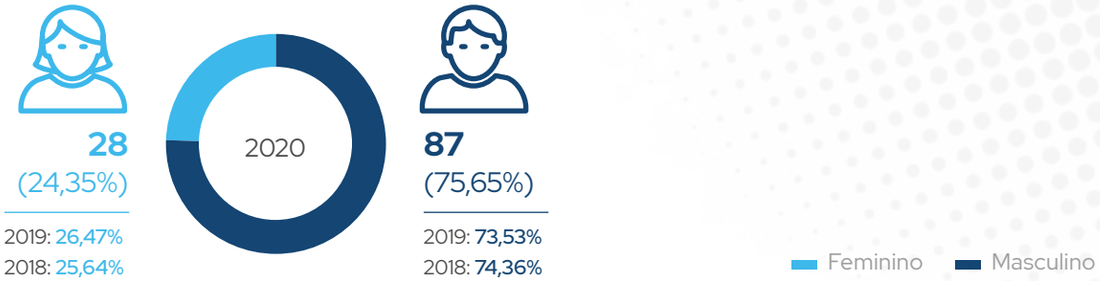
Em 2020, completamos 30 anos de Tribanco, e essa jornada só se tornou possível em razão do apoio e engajamento de nossos colaboradores. Se o banco tem como parte da estratégia colocar o cliente no centro, esse posicionamento não é diferente no que se refere à nossa gente. Buscamos desenvolver profissionais que contribuam para que nossa instituição seja um banco mais humanizado, com foco no cliente, inovador e criativo.

Chegamos ao fim de 2020 com 844 pessoas em nosso time. A gestão do dia a dia de Gente e Gestão é feita por meio de uma plataforma digital, que facilita a vida de colaboradores e gestores no que se refere a folha de pagamento, registro e consulta de cartão de ponto e atualização de dados. Em 2021, toda essa parte administrativa passou a ser gerida pelo Grupo Martins.

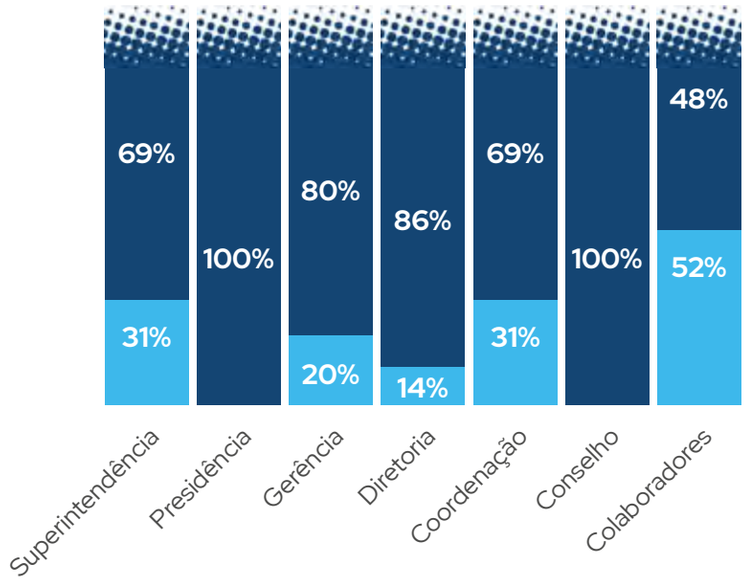
COLABORADORES POR GÊNERO



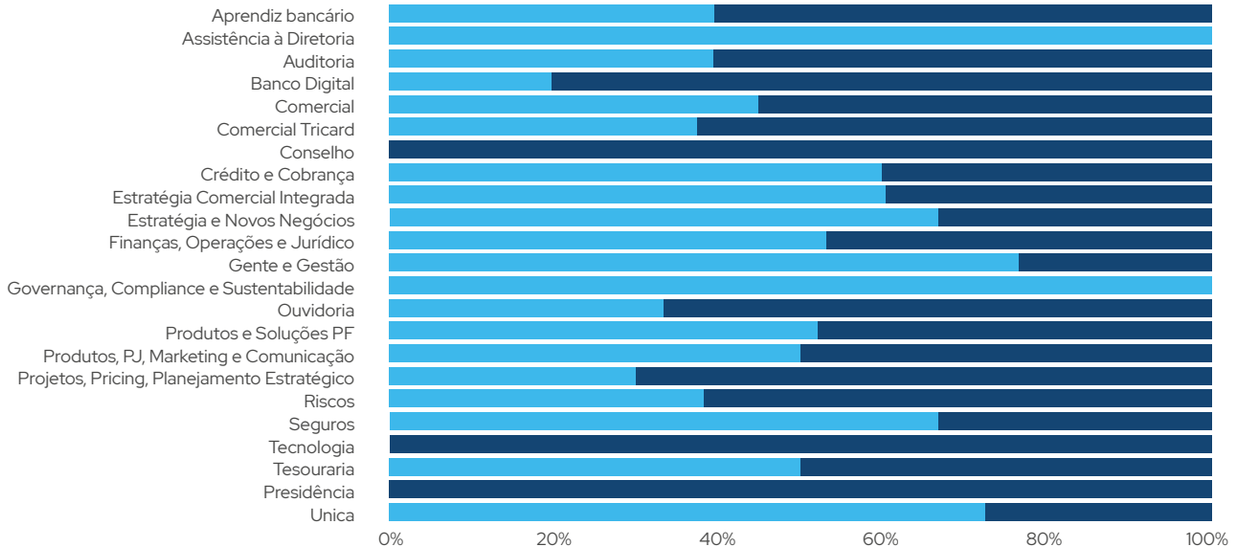
LÍDERES POR GÊNERO



% COLABORADORES POR NÍVEL HIERÁRQUICO E GÊNERO



% DE COLABORADORES POR ÁREA E GÊNERO



COLABORADORES POR GÊNERO

	FEMININO	MASCULINO	TOTAL GERAL
Colaboradores*	410	420	830
Diretores**	1	7	8
Estagiários	4	2	6
TOTAL GERAL	**415**	**429**	**844**

COLABORADORES POR VÍNCULO E FAIXA ETÁRIA

VÍNCULO	ABAIXO DE 30 ANOS	DE 30 A 50 ANOS	ACIMA DE 50 ANOS	TOTAL
Colaboradores*	121	637	72	830
Diretores**	0	6	2	8
Estagiários	6	0	0	6
TOTAL	**127**	**643**	**74**	**844**

** Todos os colaboradores têm contrato de trabalho por tempo indeterminado e jornada integral de trabalho.*

*** Diretoria Estatutária.*

O jeito #Tri de ser

Queremos ser referência em gestão de pessoas no segmento financeiro, como o melhor ambiente de trabalho e realização profissional para nossos colaboradores, e utilizamos ferramentas OKR para acompanhar e verificar o cumprimento das metas necessárias para alcançar esse objetivo.

Nesse contexto, estamos implementando ações para reforçar o que chamamos de "o jeito #Tri de ser", a partir do qual desenvolvemos e valorizamos nossa maneira de liderar; de reconhecer e celebrar as conquistas; de compartilhar conhecimentos; de crescer juntos; de conectar; e de cuidar. Dentro das ações do "Jeito #Tri de ser", destacamos:

Ciclo de gente – duas vezes por ano, avaliamos as competências do colaborador, damos *feedback*, celebramos os méritos e, dessa forma, criamos um processo que foca na experiência, ou jornada, do colaborador.

Ações de conexão – para conectar e estreitar o sentimento de pertencimento dos colaboradores, promovemos dias especiais, como o Pitch Day, com bate-papos descontraídos sobre temas variados, com a participação de convidados especiais.

Ambientação interna – demos início, em 2019, a uma reformulação do espaço em nossa sede, para torná-lo mais aberto, leve e propício à co-criação, colaboração e interação entre as pessoas e as áreas. Já temos um espaço musical, onde os colaboradores podem tocar instrumentos e ouvir música, e vamos reformar o *rooftop* para criar um ambiente descontraído. As obras devem terminar em meados de 2021.

Fóruns de líderes – os fóruns ocorrem mensalmente para desenvolver e apoiar nossas lideranças, que têm um papel importante em toda a nossa instituição.

Iniciativas para a área comercial – a área comercial do Tribanco recebe uma atenção distinta da área de Gente e Gestão, com foco em melhorar a comunicação e em traçar uma jornada para as lideranças se desenvolverem.

Todas as ações são implementadas dentro de um orçamento previsto, e a análise dos recursos investidos nos auxiliam a entender o quanto avançamos em nossos objetivos da área de Gente e Gestão.

Para entendermos o grau de satisfação dos nossos colaboradores com o trabalho, realizamos pesquisa baseada em eNPS (*Employee Net Promoter Score*). As perguntas são poucas e objetivas, as respostas podem ser dadas anonimamente e os resultados saem com rapidez. O primeiro eNPS que aplicamos foi no fim de 2020, e o resultado geral foi 43. Identificamos que o grau de satisfação das lideranças em São Paulo estava baixo em relação às equipes de Uberlândia, e isso nos permitiu agir imediatamente para entender as razões e solucioná-las. Esses aprendizados mostram que temos que ser rápidos na ação de ouvir nossos colaboradores e sermos simples e humanizados nas respostas. Uma nova rodada foi feita em abril de 2021, para detectar se as medidas foram suficientes, e o eNPS subiu para 49. Nosso objetivo é alcançar eNPS 50 até o fim do ano.



Pesquisas

DE SATISFAÇÃO
são feitas continuamente

O que aprendemos sobre nossas pessoas nesta pandemia

Os impactos da pandemia do novo coronavírus reforçaram a importância da sensibilidade e humanização, que já estão se revertendo em ações. Após alguns meses com nossos times em *home office*, entendemos que o desgaste psicológico estava sendo maior que o físico. Criamos canais e eventos *on-line*, como o *Bom Dia Tribanco*, para permitir que os colegas se encontrassem, e *lives* sobre ginástica e saúde mental.

A partir desse aprendizado, lançamos, neste ano, a frente "Jeito Leve de Ser", um programa voltado a reforçar a qualidade de vida, o bem-estar e a saúde dos nossos colaboradores. Mesmo para casos de desligamentos, procuramos tornar o processo o mais humanizado possível. E, ainda, com a ajuda da nossa área Jurídica, avaliamos e adequamos os procedimentos quanto a horas trabalhadas e tempo para refeições.

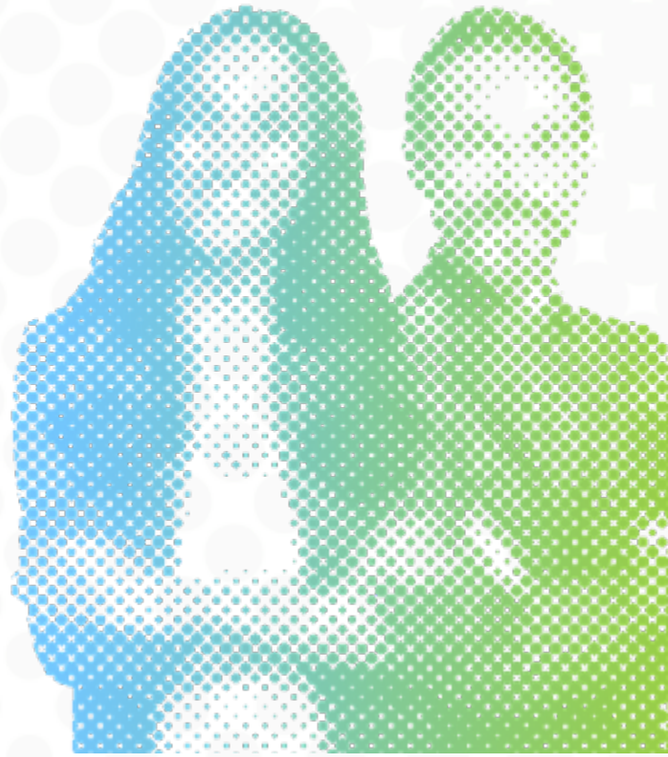
Por ora, os momentos presenciais nos escritórios deverão ser mais restritos e menos frequentes, e deverão se tornar um instante de encontro e de troca. Muitos aspectos, como o uso de ferramentas digitais, deverão permanecer mesmo quando a pandemia passar, porém, sem que abramos mão do foco nas pessoas.

Trabalhando conosco: atração, seleção e retenção de talentos

Para atrairmos, selecionarmos e retermos as pessoas com as melhores competências para o nosso time, estamos trabalhando o nosso posicionamento como marca empregadora. Entre as premissas está mostrar como cuidamos das pessoas de nossos times, para que elas se tornem nosso principal divulgador, aumentando a procura espontânea por nossas vagas.

A fim de potencializar e otimizar o processo de seleção, iniciamos uma parceria com a consultoria Gupy, que traz um ferramental digital relevante para mapearmos competências de que necessitamos. Por meio de inteligência artificial, a plataforma de recrutamento, lançada em março de 2021, permite sermos mais assertivos na busca do perfil correto para a vaga, agilizando o recrutamento de profissionais.

Também contratamos outra consultoria, a How2Pay, para fazer uma revisão em nossas bases de remuneração, para que nos tornemos mais competitivos em relação a outros mercados, como o de São Paulo, especialmente na atração de profissionais que possam atuar nas áreas de riscos, tecnologia e dados. Esse processo deve ser concluído em junho de 2021.



Cuidamos das pessoas do nosso time

Capacitação e treinamento: nossa gente em evolução

Os treinamentos de nossos colaboradores totalizaram 43 mil horas em 2020, divididas nas categorias comercial e *back office*. Em média, cada um recebeu 50 horas de treinamento sobre temas relacionados a ética e *compliance*, LGPD, método Kanban, entre outros. Em especial, temos nos dedicado a levar o tema da transformação digital a nossos colaboradores, para que estejam preparados para atuar com esses novos ferramentais, com as competências exigidas pelo mercado.

Em agosto de 2020, lançamos uma nova plataforma de capacitação, a SimplesFica Tri, feita em parceria com a edtech Kanttum, de Uberlândia. Ali é possível encontrar trilhas de formação, provas e modelos mais atuais de aprendizado, baseados em cursos de duração menor com doses de conhecimento de forma mais fatiada (*microlearning*).

Para o time comercial, já entregamos 53 cursos e cinco trilhas e temos publicado até o momento 135 cursos. Na plataforma, o funcionário também tem disponível 10 canais, que são pílulas do conhecimento independentes, com mais de 500 arquivos publicados, como palestras, livros de indicadores, vídeos com especialistas e mecânica de campanhas. Também lançamos um programa de *podcast*, no qual um especialista convidado compartilha seus conhecimentos sobre varejo, mercado e outros assuntos pertinentes aos nossos negócios e que contribuem para o nosso pilar de foco no cliente.

Além do SimplesFica Tri, tivemos, durante o ano, *workshops* sobre produtos e serviços; turmas de *onboarding* contando sobre a cultura, competências e estrutura da empresa; eventos mensais, como o *Bom Dia Tribanco* e *Momento Tri*, nos quais o presidente apresenta novidades do mercado, indicadores da empresa e tira dúvidas dos colaboradores.

Em 2021, vamos acrescentar a esse programa webinares, em que as pessoas possam conversar com os especialistas sobre o conteúdo dos *podcasts*.

HORAS REALIZADAS DE TREINAMENTO	
Média de horas por colaborador EaD	14:07:20
Média de horas por colaborador *on-line**	36:00:00
Média de horas anuais (EaD + *on-line*)	50:07:20
HORAS TOTAIS TRIBANCO (ANO)	**42.603:48:00**

** A média de horas on-line (aulas, workshops, eventos e programas) foi estimada de acordo com as ações realizadas no ano.*

	FUNCIONÁRIOS	%	PARTICIPAÇÕES*	%
Feminino	365	49%	25.042	48%
Masculino	376	51%	27.447	52%
	741		**52.489**	

** Equivale ao total dos cursos concluídos pelos colaboradores.*

6. Compromissos com a sociedade

Aderência aos temas ESG

A sustentabilidade e as temáticas que hoje se encontram agrupadas sob a sigla ESG sempre estiveram presentes no Tribanco. Acreditamos no papel que temos em promover a inclusão financeira de um segmento da sociedade sabidamente mais vulnerável, que é a do pequeno e médio varejista e seus clientes, ajudando-os a prosperarem. Paralelamente, desenvolvemos ações como voluntariado, doações a organizações da sociedade civil e ações internas para redução de impactos ambientais. Temos, ainda, o Instituto Alair Martins (IAMAR), braço social do Grupo Martins, que leva a jovens e adolescentes a educação para o empreendedorismo.

Em nossa estrutura e políticas internas, contamos com um Comitê de Estratégia, Inovação e Sustentabilidade há 15 anos e temos uma Política de Responsabilidade Socioambiental que está em conformidade com a Resolução 4.327/2014 do Banco Central.

Porém, em 2020, tivemos um marco importante. Decidimos nos engajar na medição de nosso progresso social, ambiental e de governança, algo que não fazíamos, apesar de nossas iniciativas socioambientais. Ou seja, vamos estabelecer objetivos bem definidos, reportar as ações e divulgar os resultados. O primeiro passo foi dado: identificamos a matriz de materialidade de nossa instituição (saiba mais na pág. 10).

Internamente, também criamos *hubs* temáticos de discussão para entender a percepção de nossos colaboradores, de diferentes áreas, sobre as temáticas ESG e de sustentabilidade. A "Agenda ESG #Tribanco" tem a participação das áreas de Gente e Gestão, Riscos, Crédito, Estratégia e Novos Negócios, Produtos e Marketing, Finanças e Operações e Ouvidoria, SAC, UX e CX.

Também aderimos à Rede Brasil do Pacto Global, da ONU. A adesão torna público e reforça nosso compromisso com os direitos humanos e do trabalho, o meio ambiente e práticas anticorrupção. Participamos do programa "Ambição pelos ODS", oferecido pelo Pacto Global, para desenharmos as metas e integrarmos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) à estratégia do nosso negócio. Dentre os 17 ODS, já mapeamos o de número 5, relacionado à igualdade de gênero, como um objetivo a ser trabalhado de forma assertiva em nossa instituição.

Encontramo-nos, assim, em um momento importante da nossa jornada da sustentabilidade, tão essencial para a perenidade e prosperidade dos nossos negócios como para o nosso papel junto a nossos clientes, acionistas e demais *stakeholders* e à sociedade como um todo.

Aderimos, em 2020, à Rede Brasil do Pacto Global, da ONU

5

ODS MAPEADOS
para trabalharmos com ações efetivas

Nossas ações socioambientais e seus impactos

Nosso banco é de pequeno porte, mas nossas iniciativas internas e junto aos nossos clientes e parceiros contribuem para promover impactos positivos ambientais e, principalmente, sociais. Nossas ações estão alinhadas à estratégia da empresa e são resguardadas pela nossa Política de Responsabilidade Socioambiental.

REDUÇÃO DE USO DE MATERIAIS:
desde que passamos a adotar a assinatura eletrônica de documentos, evitamos o consumo de madeira, água e emissão de CO_2. De julho de 2020 a junho de 2021, foram poupados 8.324 quilogramas de madeira e 204.538 litros de água; evitamos a emissão de 19.538 quilogramas de carbono; e deixamos de gerar 1.353 quilogramas de lixo.

REDUÇÃO NO CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA NAS AGÊNCIAS:
tivemos uma diminuição de 37% em 2020 em comparação a 2019. A redução pode ser explicada pela adoção de *home office* por conta da pandemia e fechamento de escritórios.

ARREDONDAMENTO DA FATURA DO CARTÃO:
nesta iniciativa, feita em parceria com o Movimento Arredondar, os clientes do Tricard são convidados a arredondar o valor da fatura do cartão e a doar os centavos acrescentados ao Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPÊ), que realiza ações de conservação da biodiversidade em diversos pontos do país. A cada vez, o arredondamento não ultrapassa R$ 0,99. Em 2020, houve 16.915 arredondamentos feitos pelos clientes do Tricard, que somaram R$ 7.6811,82 em valor doado.

1º

INVENTÁRIO
de emissões de GEE feito em 2020

DOAÇÕES DO TRIBANCO AO IPÊ:
além do Arredondar, que é uma iniciativa que o cliente adere ou não, cada operação do Crédito Certo Tribanco gera 10 centavos em doação do nosso banco aos projetos do IPÊ e 1 centavo de cada fatura paga na Tricard também é doado para o instituto. Em 2020, os valores chegaram a R$ 27.230,56. Com isso, desde 2008, foram R$ 868.117,18 doados à instituição.

CRÉDITO PARA PAINÉIS SOLARES:
temos o Crédito Azul para estabelecimentos que queiram financiamento para instalar painéis fotovoltaicos para geração de energia solar. Isso contribui para reduzir os custos com energia do comerciante e para a redução de emissões de gases de efeito estufa. Em 2020, foram concedidos R$ 57.254.931.

CRÉDITOS PARA ENERGIA SOLAR

ANO	VALOR (R$)
2018	10.155.972
2019	95.021.982
2020	57.254.931

PROJETO ENERGIA INTELIGENTE:
implantamos, na região norte de Minas Gerais, uma fazenda de energia solar com capacidade de gerar 1,2 megawatt. A energia é injetada na rede distribuidora e abastece cerca de 40 clientes varejistas que se filiaram ao projeto. O comerciante não precisa investir em nada, e a economia com a conta de luz chega a 15%. Para 2021, o plano é expandir a capacidade dessa usina e criar outras, para passar a atender clientes em outros seis estados.

Mudanças climáticas

Realizamos o nosso primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE), em 2020. No ano, o total das emissões de GEE de nossas atividades foi de 1.940,84 toneladas de CO_2, ou 3,58 toneladas de CO_2 por colaborador, aproximadamente. A principal fonte das emissões foram as viagens a negócios em aeronave (42,42%), os deslocamentos de viagens em negócios em frota própria (21,97%) e o deslocamento dos colaboradores de casa para o trabalho e do trabalho para casa (17,68%).

No entanto, como o inventário foi feito em um ano de contexto de pandemia global, que exigiu a adoção de *home office* por parte do Tribanco, faremos o inventário dos dados de 2019 para que tenhamos uma base comparativa mais precisa das nossas emissões antes e depois da pandemia. Para 2021, o plano é neutralizar nossa emissões e elaborar Políticas Internas de Reduções e Neutralização de Gases de Efeito Estufa.

IAMAR: atuando pelos jovens

Fundado em 2005, o Instituto Alair Martins (IAMAR) é o braço social do Sistema Martins e tem como missão desenvolver o potencial de adolescentes e jovens por meio da Educação para o Empreendedorismo. O instituto é mantido pelo Martins e pelo Tribanco, que doam anualmente 1% do seu lucro líquido para a transformação social. Desde sua criação, o IAMAR já beneficiou diretamente mais de 100 mil jovens por meio do Programa Educacional eZAPe! Virtudes Empreendedoras e de programas em parceria com a Junior Achievement.

Em 2020, o IAMAR intermediou junto ao Martins a doação de 46,7 toneladas de mercadorias ao programa Mesa Brasil do Sesc. Devido à pandemia, o instituto adaptou seu programa ao ensino remoto e conseguiu formar 163 educadores e 1.500 alunos em 39 cidades de 8 estados. O programa de voluntariado corporativo VemSer contou com 150 voluntários, distribuídos em 9 estados, que juntos doaram 1.199 horas em ações voltadas ao bem de suas comunidades. Os colaboradores do Tribanco são convidados a serem voluntários nos projetos do instituto, sob a orientação da área de Gente e Gestão. Para apoio a projetos parceiros e ações de enfrentamento aos efeitos da pandemia, o IAMAR realizou ainda doações financeiras a 11 organizações sociais selecionadas.



+ DE 100 MIL

JOVENS
beneficiados pelo IAMAR

7.

Resultados financeiros e operacionais

Resultados em números

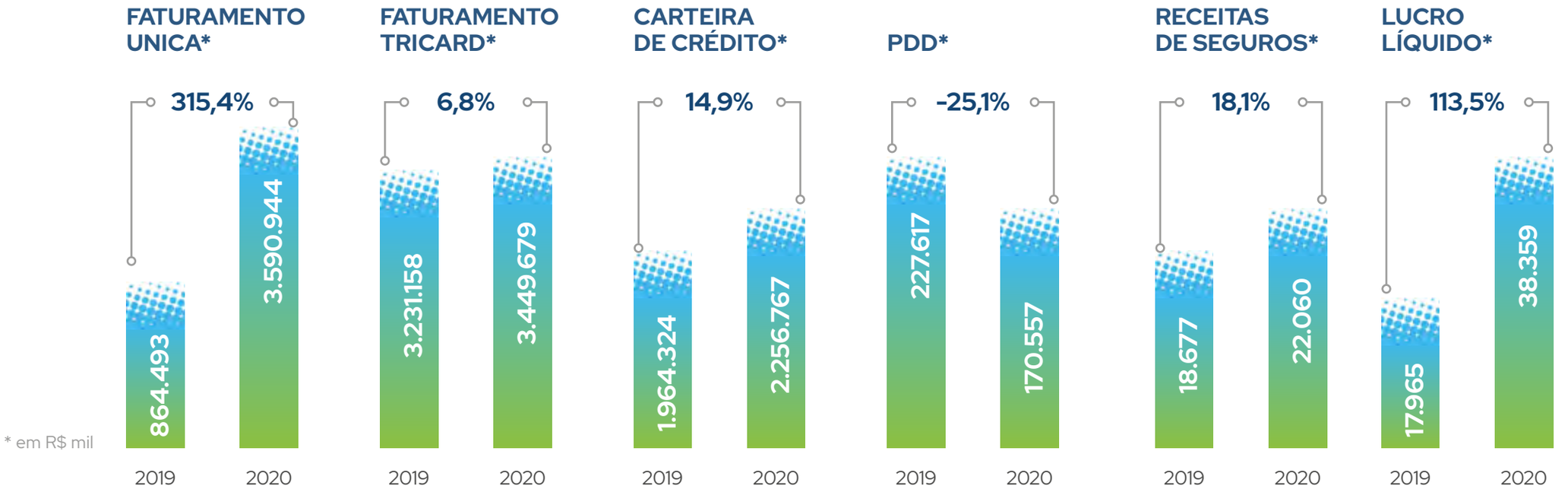
Em 2020, o lucro líquido foi de R$ 38,4 milhões, com crescimento de 113,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Isso se deveu, principalmente, à melhora nos índices de inadimplência, nas receitas de serviços e tarifas e na redução das despesas.

Destacamos o crescimento de 14,9% da carteira de crédito, sendo 9,8% em pessoas físicas e 17,5% em clientes jurídicos. Outro destaque importante foi o crescimento de captação com 34,3% em relação a 2019, principalmente: 47% em depósito à vista; 15,6% em depósito a prazo; 131,4% em depósito interfinanceiro; e 3,9% em outras captações.

No ano, a Tricard atingiu faturamento de R$ 3,4 bilhões, o que representa um crescimento de 6,8% em relação a 2019, sendo que o número de cartões alcançou 840 mil unidades. A Unica alcançou 5,6 mil clientes que faturaram R$ 3,6 bilhões. O número de apólices da Tribanco Corretora de Seguros fechou em 1.108.490.

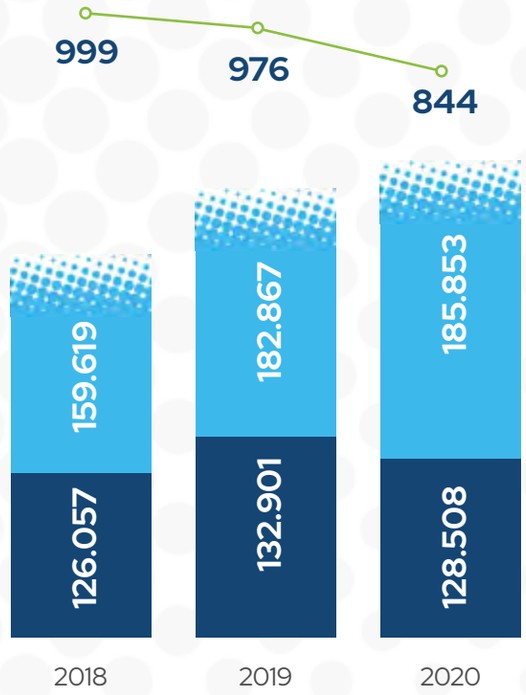
Fechamos o ano com mais de 938 mil clientes, sendo 905 mil pessoas físicas e 33 mil pessoas jurídicas.

Os Ratings Nacionais de Longo e de Curto Prazos emitidos pela Fitch Ratings obtiveram nota A (bra) e a classificação de risco emitida pela RiskBank foi BRMP1, o que reflete o prudente gerenciamento de risco e a adequada qualidade dos nossos ativos.

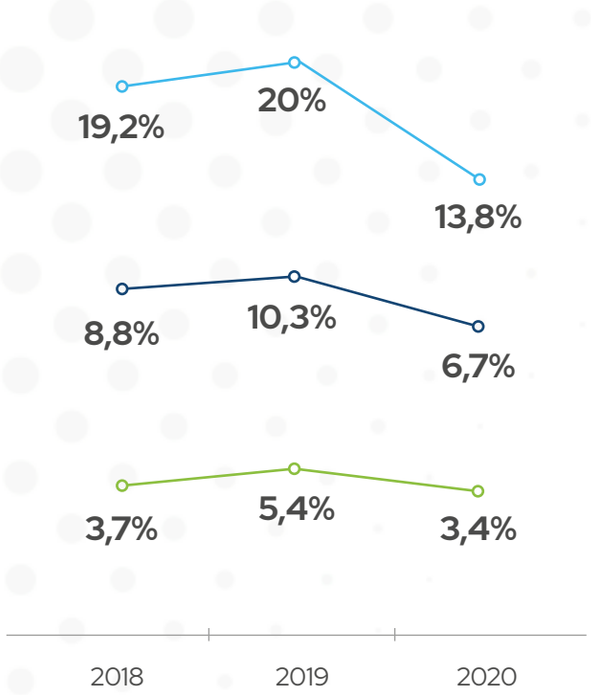


* em R$ mil

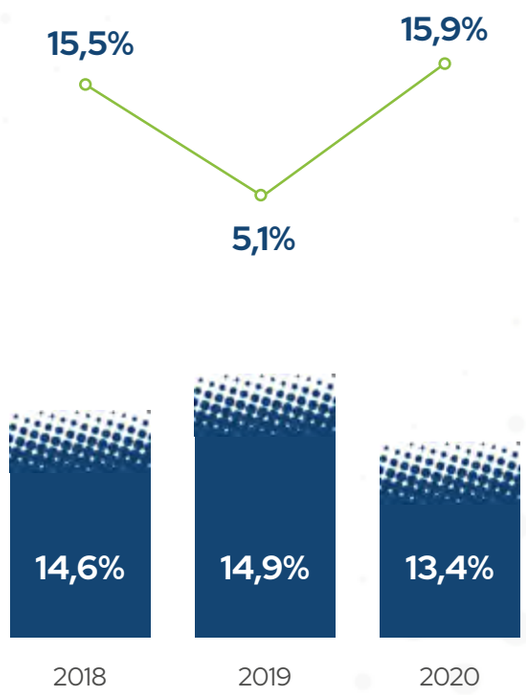
DESPESAS



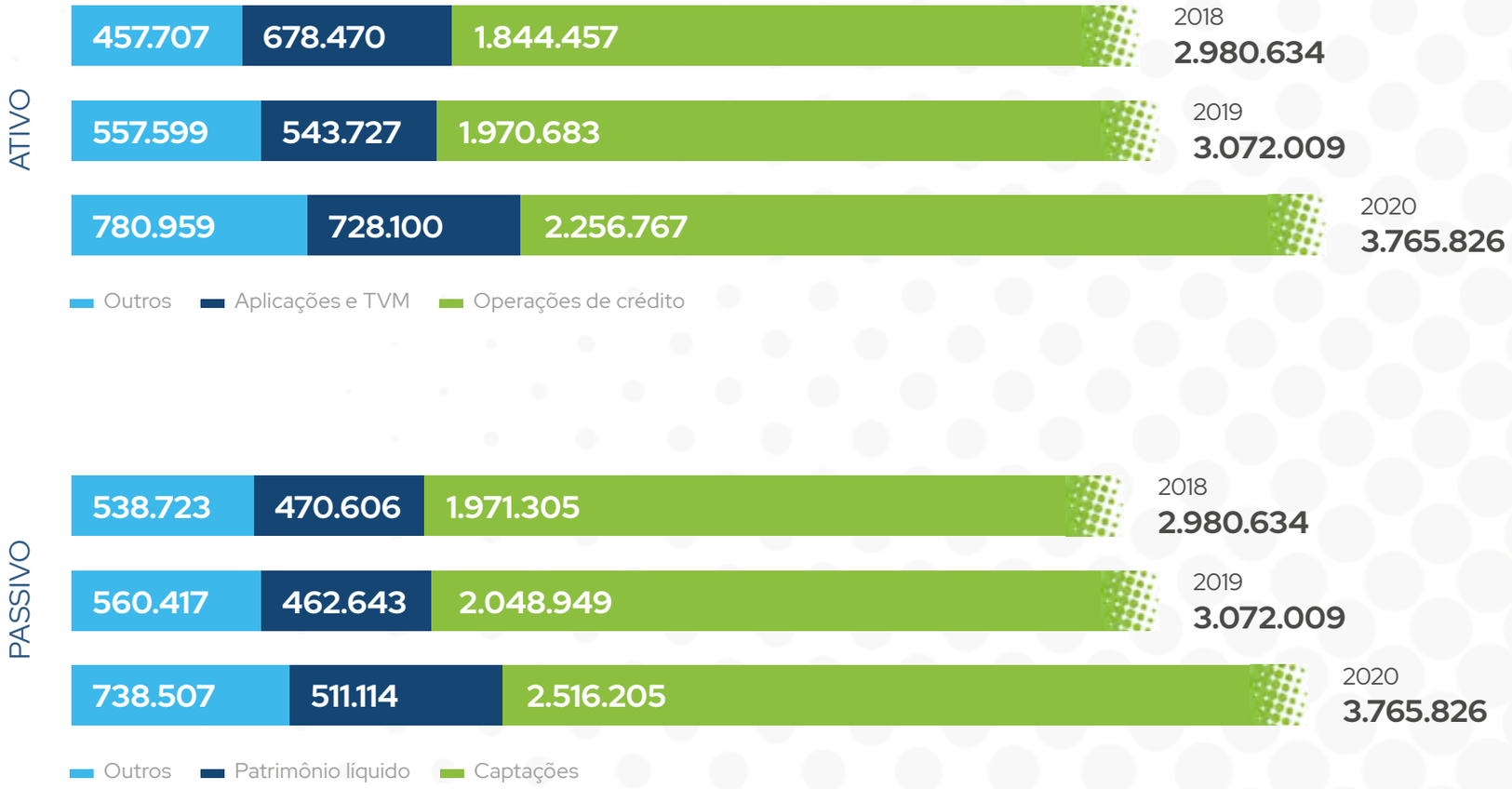
ÍNDICE DE INADIMPLÊNCIA



ÍNDICE DE BASILEIA



BALANÇO


ATIVO
457.707
678.470
1.844.457
2018
2.980.634
557.599
543.727
1.970.683
2019
3.072.009
780.959
728.100
2.256.767
2020
3.765.826
Outros
Aplicações e TVM
Operações de crédito
PASSIVO
538.723
470.606
1.971.305
2018
2.980.634
560.417
462.643
2.048.949
2019
3.072.009
738.507
511.114
2.516.205
2020
3.765.826
Outros
Patrimônio líquido
Captações

Créditos

Relatório Anual 2020 Tribanco

Direção geral e coleta de informações:

Superintendência de Governança, Compliance, Sustentabilidade e Jurídico

Fernanda Canesin

Fernanda Avila

Coordenação editorial:

Superintendência de Governança, Compliance, Sustentabilidade e Jurídico

Fernanda Canesin

Fernanda Avila

Diretoria de Clientes, Produtos e Marketing

Marcelo Mandaji

Matriz de materialidade, redação e projeto gráfico:
Rpt Sustentabilidade - grupo report

Chiaki Karen Tada

Fabio Valverde

Ed Santana

Rachel Alves

Renata Costa

Tatiana Faria

Revisão: Alícia Toffani