



### Banco do Brasil

### Resultados do 2º Trimestre de 2022

16 de agosto de 2022

#### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Sejam bem-vindos à nossa live para a discussão dos resultados do 2T22. O nosso evento é bilíngue na e conta com tradução simultânea para o inglês. Para escolher o idioma clique no botão no canto direito da tela e selecione o áudio desejado.

Para começar, nosso CEO Fausto Ribeiro e o CFO Ricardo Forni farão uma breve apresentação do desempenho e na sequência teremos a sessão de perguntas e respostas. Lembramos aos analistas que apenas será possível fazer perguntas por meio do link do webcast.

Conosco hoje também estão Carlos Pecego, vice-presidente de atacado e Ana Paula Teixeira, vice-presidente de controles internos e gestão de risco. Conosco também Daniel Maria, diretor de finanças e relações com investidores.

Passarei a palavra agora para o presidente Fausto para que a gente possa começar.

#### **Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

Obrigado Janaína, bom dia a todos vocês acionistas, parceiros do Banco do Brasil há muitos anos. Boa tarde para aqueles que estão no exterior, imagino Europa nessa parte da tarde, enfim, é um dia muito especial para o Banco do Brasil poder fazer essa divulgação de resultados, mais um resultado recorde para o banco, demonstrando a força e a consistência dessa marca Banco do Brasil no mercado brasileiro.

Eu tenho um conjunto de slides iniciais que eu queria mostrar aos senhores e em seguida eu passo a palavra para o Ricardo Forni, que vai fazer uma breve apresentação, em seguida a gente abre para perguntas e respostas. Eu só adianto, e peço a vocês para não fazerem perguntas longas demais porque a experiência demonstra que a gente acaba se perdendo um pouquinho e acaba perdendo um pouco do foco da pergunta inicial, então

se puderem resumidamente fazerem uma pergunta de cada vez eu agradeço.

Bom, senhores, estamos apresentando o resultado do 2T e consequentemente do 1S22, um resultado sustentado por uma carteira de crédito robusta de negócios, com qualidade, e nós vamos falar bastante sobre isso. Nós tivemos um crescimento do lucro líquido de 54,8% quando comparado ao 2T do ano anterior, R\$ 7,8 bilhões, e aí falando do resultado do semestre nós tivemos um resultado de R\$ 14,4 bilhões com crescimento de 44,9%. E isso ao longo dos últimos trimestres a gente veio acelerando cada vez mais a dinâmica do banco buscando diminuir a diferença do nosso resultado com os pares privados, e vocês conseguem ver pelos números que nós alcançamos um ROE de 20,6%, um trabalho extraordinário, consistente, sustentável que nós vamos demonstrar para vocês em seguida.

Enfim, entramos novamente no jogo, temos rentabilidade compatível hoje com os pares mostrando a força, a determinação. Quando se tem foco, objetivo, a gente a segue alcançar resultados extraordinários, e em uma carteira que tem posições por muitos de vocês consideradas defensivas, e nós estamos falando de crédito consignado, agronegócio, enfim com índice de inadimplência bem abaixo da média de mercado.

Bom, vamos falar um pouquinho. Bom, nós tivemos então uma carteira de crédito ampliada atingindo R\$ 919,5 bilhões, também um crescimento de 19,9% comparativamente ao 1S21. Um índice de inadimplência ainda bem-comportado, apesar de ter um pequeno crescimento - mas isso faz parte da estratégia de incremento da margem financeira do banco. O índice de inadimplência está em torno de 2%.

E a nossa margem financeira bruta, aquilo que a gente vinha falando lá atrás, que é o grande mote para que a gente possa alcançar resultados mais significativos nós crescemos em 12,2% atingindo R\$ 32,4 bilhões, e receitas com prestação de serviços também ganhando uma dinâmica maior dentro da organização, teve um crescimento de 9,1% atingindo o montante de R\$ 15,4 bilhões.

Do outro lado as despesas administrativas continuam comportadas, cresceram apenas 5,8%, e isso reflete significativamente nosso índice de eficiência operacional com 33,2, um índice muito comportado e aí toda essa questão do resultado é fruto de uma estratégia centrada no relacionamento, no atendimento especializado da nossa rede, na diversificação das fontes de receita e na melhoria constante da experiência do cliente. Enfim, esses são os principais números que eu quero trazer, agora eu vou me dedicar aqui falando sobre alguns destaques em termos

de negócios e ações do banco, depois o Forni vai se aprofundar um pouco mais em cada um desses temas.

Bom, nós temos a meta de nos tornarmos cada vez mais importantes na vida dos nossos clientes. Nós chamamos de parceria, nós queremos uma relação com esses nossos clientes que a gente denomina de parceria estratégica com eles sendo cada vez mais relevante, e algumas ações que são destaque no ano, no 1S22, a gente destaca aqui o plano safra. Nós temos uma agricultura pujante no Brasil. O Brasil produtor enormemente de grãos, exportador de carnes, enfim, o Banco do Brasil é o parceiro, o maior parceiro do agro de todos os tempos contribuindo significativamente hoje para o PIB desse Brasil. Hoje o agronegócio representa na quase 28% do nosso PIB, então nada melhor do que a gente também ampliar nossa força e o nosso apoio ao homem do campo, e destinamos um plano significativo de R\$ 200 bilhões para o agro para a safra 22-23 num esforço enorme do Banco para buscar fontes de financiamento diversas, múltiplas para que a gente pudesse ter uma taxa compatível com o perfil de cliente e pela necessidade dos nossos agricultores hoje.

Então hoje o recurso equalizável nas nossas linhas representam um pouco menos de 30%, então temos cada vez menos dependência de recursos equalizáveis e a gente faz o exercício de casar recursos de diferentes fontes para que a gente consiga ter um plano consistente, um plano rentável.

Também tivemos o nosso Pronampe, que é o apoio às micro e pequenas empresas brasileiras. Novamente, o Banco do Brasil sempre foi um porto seguro para as micro e pequenas empresas brasileiras, retomamos a liderança desse tema e esse programa, com recursos governamentais, operado basicamente pelos bancos, pelas instituições financeiras - na liderança Banco do Brasil e Caixa. Nós conseguimos desembolsar R\$ 6,5 bilhões em poucos dias nessa última tranche do programa e isso contemplou 62.000 empresas brasileiras, enfim micro e pequenas empresas que de alguma forma podem usar esses recursos para pagar salário, para pagar suas faturas, para fazer investimentos.

E desde o início - aí recuando um pouco mais - da crise da pandemia COVID no Brasil o Banco do Brasil vem sendo uma válvula de escape como uma se instituição que vem apoiando significativamente as micro e pequenas empresas brasileiras com segurança, com tranquilidade, buscando ofertar o crédito para aquelas empresas que de fato tem condições de fazer o pagamento. Então a gente tem usado muita inteligência analítica, muita conversa e muita análise de crédito, e por isso os nossos índices para as micro e pequenas empresas é o melhor índice de mercado, bem abaixo dos pares.

A gente costuma dizer que o apoio do Banco do Brasil às micro e pequenas empresas brasileiras ajudou a salvar pelo menos 3 milhões de empregos nesse país, foi fundamental então para que a economia continuasse forte, para que a economia continuasse pujante, enfim preservando empregos, gerando riqueza e renda nesse país.

Desde o início da pandemia nós fizemos uma estimativa aqui de pelo menos R\$ 200 bilhões, um pouco mais até, foram investidos nessa relação em relação a esse segmento.

Também temos o crédito PF não consignado, que faz parte da nossa estratégia de crescer com produtos que apresentam uma margem financeira mais robusta, mais significativa para o banco. Temos hoje um portfólio que atingiu R\$ 92,7 bilhões, 34,3% de incremento, nós estamos falando aqui CDC salário, o empréstimo pessoal, cartão de crédito, cheque especial. Faz parte de uma estratégia do Banco do Brasil de aumentar sua participação no crédito não consignado para que a gente possa ter uma margem financeira mais significativa e alcançar resultados cada vez mais consistentes - claro, com muito cuidado, com muita análise técnica, com um modelo de crédito ainda bem conservador fazendo com que a gente tenha segurança em cada passo que a gente promove aqui dentro da organização.

Bom, BB Securities... perdão, voltarmos a liderar o câmbio no Brasil. Quando essa administração assumiu a gestão nós estávamos em sétimo lugar na exportação, no câmbio exportação. Na nossa percepção não fazia muito sentido permanecermos nessa posição dado que nós somos o banco líder no agronegócio brasileiro, 70% da produção do agro é exportada. O que mais? Nós trabalhamos muito na agroindústria com grandes empresas de atacado que também exportam seus produtos e serviços para o exterior. Então nós calibramos as nossas taxas, passamos a enxergar o negócio como um todo e não exclusivamente aquela operação, enfim, e voltamos a liderar o mercado de câmbio, tivemos, atingimos um volume de negócios de R\$ 14,6 bilhões, um incremento de 67,7% em relação ao mesmo período anterior.

E fizemos um anúncio hoje mais cedo, a BB Securities em Miami está fazendo um non-disclosure agreement, quer dizer, uma carta de intenções com a UBS no exterior para que a gente possa ter um cardápio de opções para o nosso negócio Private aumentando o potencial de geração de negócios, enfim buscando soluções mais adequadas para nossos clientes no exterior, e a gente acredita que essa parceria - que não é exclusiva, que a gente pode agregar outras parcerias ao longo do tempo - possa contribuir daqui para frente significativamente para que a gente possa atrair mais clientes nesse segmento Private.

Bom, nessa saga, nesse processo contínuo de melhoria da experiência dos nossos clientes a gente vem investindo fortemente na questão do digital por meio da aceleração do processo, da transformação digital do Banco do Brasil. A gente quer um banco próximo, completo e disponível nos seus múltiplos canais, digital na prática, que a gente consiga iniciar um processo digital e terminar esse processo digital, enfim é por isso que a gente chama de digital na prática.

E aqui nós alcançamos um pouco de números para vocês. A nossa base de clientes alcançou o patamar de 80,3 milhões de clientes, um incremento de 6,6% na posição relativa a junho do ano passado, 26,3 milhões de clientes ativos em canais digitais, um incremento de 21,8%, 91% das transações realizadas no Banco nesse semestre de alguma forma ocorreram por esses meios digitalizados. Esse é um excelente número, significa que a gente está conseguindo fazer com que nossos clientes façam uma adesão a esse processo digital.

Os nossos assistentes virtuais trocam informações com nossos clientes e atingiu esse patamar de 31,3 milhões de atendimentos, um incremento de 166% e o WhatsApp, essa ferramenta mundial que no Brasil hoje ela é imprescindível para a troca de mensagens na sociedade, virou agora um instrumento que nós estamos usando fortemente para nos comunicar com nossos clientes e realizar negócios.

E aqui dois exemplos: fomos o primeiro banco no WhatsApp a lançar a opção de o cliente aderir ao consentimento de troca de informações no open finance, um processo totalmente digital. Ele consegue através do WhatsApp aderir e consentir que seus dados sejam trocados de outras instituições financeiras para o Banco do Brasil, e também estamos realizando operações de crédito por meio desse canal, e aqui a grande surpresa para nós: 74% das operações realizadas nesse primeiro ensaio que nós fizemos são de clientes que nunca tomaram crédito conosco. Então mostra que é um canal adicional para que a gente possa de alguma forma atingir também um público que não vinha tomando crédito com o banco.

E aqui duas boas notícias: nós estamos com o melhor índice de NPS, quer dizer, todo esse resultado alcançado pelo Banco do Brasil sendo de alguma forma referendado pelos nossos clientes, que estão indicando o Banco do Brasil para que outros clientes possam aderir, então o resultado teve um incremento de 8%, então a gente está muito feliz com isso, significa que a estratégia está sendo bem conduzida, está de um lado aumentando a nossa rentabilidade, explorando mais negócios, levando o negócio certo para os nossos clientes, e do outro lado o cliente de alguma forma acreditando no Banco do Brasil.

O nosso ranking de reclamações no Banco Central também é o menor nível histórico, também confirma essa percepção da melhoria na qualidade do atendimento.

Bom, BB mais próximo aqui a gente sempre pensando em rejuvenescer a nossa base. Também é um ponto que a gente vem atuando bastante, buscando ter um posicionamento maior junto ao público mais jovem - e aqui uma notícia muito importante: acabamos de fazer um acordo no programa de Venture Capital com o Yours Bank, uma entidade, uma startup brasileira, uma fintech onde a gente tem exclusividade nesse investimento com opção de compra ou de aumentar a nossa participação lá na frente, mas é uma Startup que tem uma pegada diferente, uma forma de interagir com os clientes mais voltada para a inteligência financeira, para desenvolver a mente do jovem em relação a ter uma percepção financeira mais adequada e focada num público de 14 aos 18 anos, então é a novidade que nós apresentamos hoje pela manhã aos jornalistas. É um acordo que fizemos, sacramentado e a gente acredita muito nessa parceria para rejuvenescer a nossa base e para que a gente consiga ter esses clientes desde pequenos, desde 14 anos e poder acompanhá-los por toda sua vida financeira.

Vale a pena mencionar também o investimento forte com campanhas sólidas e consistente junto ao público universitário, que é um público acima dos 18 anos, nós que tivemos um crescimento de 1,7 milhão de jovens universitários que abriram conta conosco nesse semestre... perdão, nesse semestre, um crescimento de 53% em relação à base de dezembro de 21, enfim mostrando que o Banco se preocupa em rejuvenescer a sua base de clientes para que a gente tenha perenidade, sustentabilidade dessa empresa.

Nos inserimos também em movimentos de jovens. Fizemos um grande evento aqui em São Paulo denominado POV BB (que é Point of View). É um evento jovem, que tem uma pegada diferente, mas que visa interagir com esse público para buscar compreender as percepções sobre o mercado financeiro desse público, e buscar soluções adequadas para esse segmento.

E por fim nos inserimos também nesse ambiente dos gamers, aqui no caso estamos inseridos no metaverso através de um acordo que fizemos com a Roblox para termos ali uma arena virtual do Banco do Brasil de vôlei, uma agência bancária para que esse público jovem possa interagir conosco também, entender que essa é uma marca que pode vir a ser um Banco da escolha deles no futuro, enfim, é buscar realmente posicionar o banco junto a esse público.

Bom, aqui a grande, o grande objetivo foi ampliar nossa atuação nesses novos ecossistemas que nasceram no decorrer da transformação

tecnológica que o mercado passa. Nós estamos falando de open banking, open finance e tudo mais, então nós temos acesso a uma nova arena competitiva e para nos inserir nesse meio nós fizemos o lançamento de uma plataforma nova digital denominada Liga PJ.

O que isso na verdade? É um ambiente onde a gente busca atrair o público de micro e pequenos empresários nesse país com treinamentos para que eles possam desenvolver os seus negócios, aprimorar a sua gestão ou expandir, enfim buscar criar um ecossistema, um hub de soluções voltado para os desejos e necessidades do micro empresário brasileiro, e daí para frente evoluir - isso aqui é só o começo, isso deve evoluir para um pequeno market place com micro e pequenas empresas voltadas a nossos clientes para que a gente possa também complementar o nosso aporte de soluções para esses clientes, micro e pequenos empresários.

Nós temos o nosso market place, a nossa famosa loja Banco do Brasil que lançamos ano passado com uma marca em outubro e hoje já alcança 27 grandes marcas, uma rede varejista interessada em poder acessar clientes dessa base imensa de clientes que nós temos aqui. Vocês viram pelos números, 24 milhões de clientes que acessam o app do Banco do Brasil, sendo que quase 10 milhões de clientes acessam diariamente. Então é um fluxo enorme de clientes que podem de alguma forma estar acessando esse marketplace, e nós já fizemos acordo com 27 grandes redes varejistas oferecendo produtos personalizados no nosso canal ou produtos da sua rede de atendimento, com preços diferenciados, com cashback para atrair o cliente, e aí um número que é um exemplo do que já vem acontecendo. A loja ainda está em fase de ganhar tração, mas já foram comercializados ali dentro 430 milhões de vendas de produtos e serviços no 1S deste ano, enfim, atingindo 4 milhões de clientes. Então botamos uma grande expectativa em relação a esse tema.

Por fim também nesse ecossistema - agora falando de um clube de benefícios, de plataforma de benefícios - aqui nós consolidamos numa nova plataforma como uma usabilidade melhor todos aqueles benefícios que de alguma forma o Banco já disponibilizava por diferentes meios, e nós estamos falando aqui de um programa de relacionamento, quanto mais relacionamento com o Banco o cliente tem mais benefícios, quer dizer, é uma geração mútua de valor, é uma forma de devolver ao cliente parte daquela rentabilidade pelo engajamento dele, e só em cashback desde a criação desse programa nós já devolvemos R\$ 300 milhões em cashback. Enfim, isso também contribui de certa forma para aquele NPS que vocês viram ali.

Bom, aquilo que é bom ficou ainda melhor. A gente sabe que nós temos um app extremamente respeitado no mercado, premiadíssimo, com muitas funções, muita usabilidade, muito amigável, mas nós estamos em

constante transformação, em evolução, e resolvemos investir um pouco mais nessa ferramenta e transformamos ela ainda melhor no nosso super app Banco do Brasil tem um novo portal mais colorido - vocês estão vendo aí - mais amigável buscando transformar cada vez mais a experiência do cliente numa questão mais simples, menos complicada, enfim mais fácil e que traga uma percepção de valor cada vez melhor para nossos clientes.

Bom, engajamos de forma definitiva em relação a essa bandeira da sustentabilidade. Aí eu destaco que a nossa carteira de negócios sustentáveis que é auditada por ente externo atingiu esse volume de R\$ 292 bilhões, quer dizer são créditos que de alguma forma geram externalidades positivas em relação ao meio ambiente, à questão da sustentabilidade. Isso é um crescimento de 13% em relação à posição anterior.

Realizamos um grande evento de mercado de carbono. Isso é uma demonstração inequívoca do apoio do Banco do Brasil em relação a esse tema. Fizemos um evento no Rio de Janeiro, trouxemos pessoas de mercado, trouxemos as grandes empresas do país - que são inclusive nossos clientes - para esse debate junto com o governo, que é o legislador, que é quem vai emitir os decretos, a legislação que vai dar suporte aos negócios relacionados principalmente a créditos de carbono, enfim nós engajamos fortemente nessa causa e acreditamos, por ser o banco que tem o maior volume de a agronegócio desse país com cerca de 60% dos negócios transitando pelo Banco do Brasil, que nós podemos de alguma forma liderar esse setor e sermos protagonistas nesse mercado de créditos de carbono, que já começa a se abrir significativamente para nós.

Nós já temos 70 operações para serem realizadas no mercado de crédito de carbono voluntário, e o Banco do Brasil, nada melhor que o banco que lidera o agronegócio no Brasil buscar um de um lado aqueles que estão preservando, que podem se beneficiar dessa relação do crédito de carbono, e aquelas empresas que de alguma forma precisam compensar suas emissões.

Também estamos buscando emissões ou captação no nosso mix de funding que sejam atreladas a esse significado de sustentabilidade, e aqui anunciamos durante o evento essa parceria com o Banco Mundial. Temos R\$ 500 milhões captados, temos outros 100 milhões de euros captados pela agência francesa de desenvolvimento, e 200 milhões de dólares captados junto ao NDB, que é o banco dos BRICS.

Bom, o nosso BB pra Elas, na verdade começamos o BB pra Elas em março vários grandes objetivos por trás. Primeiro que dá autonomia para as mulheres brasileiras apoiar o empreendedorismo feminino. Daquele valor que vocês viram no slide anterior de R\$ 6,5 bilhões investidos nas micro e



pequenas empresas, R\$ 2,6 bilhões foram destinados, direcionados a mulheres empreendedoras, sendo 24.000 empresas lideradas por mulheres. A gente busca trazer no BB pra Elas educação empreendedora, treinamento, soluções para os problemas que normalmente uma micro e pequena empresa possui. Já treinamos 14.000 pessoas no nosso processo, dos quais 9.000 são mulheres, e de alguma forma ofertar outros tipos de soluções dentro dessa plataforma, bem-estar feminino, até consultas médicas através de telemedicina.

E aderimos desde o ano passado a esse sinal vermelho que a gente, uma campanha, é uma campanha iniciada pela associação de magistrados do Brasil e visa combater a violência contra a mulher, a violência doméstica nesse país, e de lá para cá, de junho de 2021 até junho de 2022 foram 19 casos protegidos ou 19 mulheres protegidas por meio dessa adesão do Banco do Brasil a essa campanha maravilhosa que visa proteger a mulher. Nós temos mais de 30.000 funcionários engajados nisso, treinados para atender situações de risco. Basta a mulher apresentar um sinal vermelho na mão ou numa folha de papel, pode ser a caneta, pode ser através da marca do batom. O grande objetivo é trazer essa mulher de forma discreta e segura para o ambiente protegido e chamar as autoridades competentes para que ela tenha a proteção adequada.

Nosso trabalho, temos intensificado cada vez mais o nosso trabalho na Fundação Banco do Brasil. A ideia é essa, é transformar a vida das pessoas, e aqui um pouco do highlight sobre o investimento social que nós já fizemos aqui olhando para os últimos dez anos. Nós já aportamos ali R\$ 2,7 bilhões e a ideia é não só aportar recursos do Banco, mas também engajar nossos parceiros clientes que estejam dispostos a usar o braço da fundação para que também possamos levar educação, saúde, enfim bem-estar às pessoas mais necessitadas. Esse histórico nosso nos últimos dez anos são 6 milhões de pessoas atendidas e isso equivale a nossa atuação em mais de 2000 municípios brasileiros.

Bom, por fim para terminar essa minha parte passando para o Forni, falando um pouquinho como a gente gera valor para a sociedade, quer dizer, a nossa DVA, é o valor adicionado à sociedade, atingiu a casa dos R\$ 36,9 bilhões, um crescimento de 31,1% e de que forma a gente devolve o valor à sociedade? É pagando os nossos impostos, as nossas taxas, investindo no nosso pessoal, enfim pagando aluguéis, pagando os dividendos aos nossos acionistas, enfim de alguma forma a gente está devolvendo esses valores a sociedade, fazendo a economia girar, gerando emprego e renda nesse país.

Por hora era isso que eu ia mostrar e vou passar agora para o Forni detalhar um pouquinho os nossos números.

## **Sr. Ricardo Forni - CFO**

Eu queria agradecer o presidente Fausto e iniciar a apresentação com os destaques do nosso resultado. Como já mencionado pelo presidente, o lucro líquido ajustado no 2T22 apresentou crescimento trimestral de 18%, encerrando o período em R\$ 7,8 bilhões. Esse resultado foi amparado pelo forte crescimento da carteira de crédito que atingiu R\$ 919,5 bilhões com boa performance em todos os segmentos, e a inadimplência absolutamente sob controle com o índice de Inad 90 de 2% abaixo da média do sistema financeiro nacional.

A margem financeira bruta e as receitas de prestação de serviços apresentaram crescimentos trimestrais de 11,2% e 4,3% respectivamente. As despesas administrativas seguem sob rigoroso controle, com crescimento de 1,3% no trimestre. Registramos ainda um índice de eficiência de 33,2%, o melhor da nossa série histórica, fruto da geração consistente de negócios e da disciplina na gestão de custos. Por fim, encerramos junho com um robusto índice de capital principal de 12,49%.

E agora passando para o próximo slide nós vamos detalhar a evolução do lucro líquido ajustado trimestral e semestral, que no semestre nós alcançamos R\$ 14,4 bilhões encerrando o trimestre com um RSPL de 20,6% na visão do trimestre, dos R\$ 7,8 bilhões, e na visão do semestral anualizado com 19,6% de RSPL. Com isso nossa rentabilidade, que vinha se ampliando trimestre a trimestre, já se encontra no mesmo patamar dos pares privados no país.

A carteira de crédito ampliada superou R\$ 919 bilhões, uma evolução de 19,9% na comparação com junho do ano passado e 4% na comparação trimestral.

A carteira de negócios sustentáveis, que superou R\$ 292 bilhões em junho, já representa 31,8% da carteira total ampliada. Na pessoa física a carteira cresceu 14% frente a junho e 2% no trimestre, influenciada pelo desempenho positivo no crédito consignado, no empréstimo pessoal e no cartão de crédito, seguindo com nossa estratégia de originação em linhas com melhor retorno ajustado ao risco.

Ainda na pessoa física e em linha com nossos compromissos de longo prazo com a sustentabilidade, lançamos uma linha de financiamento a carros elétricos e híbridos, além de crescermos 22% o portfólio de energias renováveis no trimestre.

Na pessoa jurídica observamos crescimento anual de 17% e trimestral de 3,5% nos créditos para micros, pequenas e médias empresas, enquanto a

carteira de crédito para grandes empresas evoluiu 25% e 5% respectivamente, com destaque para as operações com títulos e valores mobiliários privados e garantias.

O saldo da carteira agro atingiu R\$ 262 bilhões, uma evolução anual de 27,3% e 3% no trimestre. Os recursos destinados à agricultura sustentável representam 46% dessa carteira.

No próximo slide trazemos a evolução da PCLD no conceito ampliado, que encerrou trimestre em R\$ 2,9 bilhões. No semestre a PCLD totalizou R\$ 5,7 bilhões, um crescimento de 5,6% na comparação com mesmo período do ano anterior. Destaque para a recuperação de crédito robusta, que totalizou R\$ 2,1 bilhões.

No slide 18 trazemos a qualidade de crédito, e aqui a inadimplência acima de 90 dias total encerrou o período em 2%, um crescimento bastante gradual de 11 bps em relação a março, permanecendo abaixo do sistema financeiro nacional. Não há ainda estatística divulgada pelo Banco Central, mas a gente colocou aí uma projeção.

Os indicadores de inadimplência se mostram resilientes com a estabilidade na PJ, queda no agro e conforme já vínhamos comentando elevação na pessoa física. Esse comportamento está em linha com a estratégia de mudança de mix na originação e dentro do esperado. O índice de cobertura encerrou o trimestre em 271%. O New NPL/carteira atingiu 0,78% como uma cobertura de 74% do New NPL.

No próximo slide trazemos a margem financeira bruta, que apresentou crescimento anual de 12,2% totalizando R\$ 32,4 bilhões no 1S22. Na visão trimestral o destaque para o incremento de receitas de operações de crédito beneficiadas pelo crescimento da carteira de crédito e pela sua reprecificação, além da desaceleração no crescimento do custo de captação. Observamos também o aumento do resultado de tesouraria de 27%, justificado pelo crescimento da carteira de títulos de renda fixa e pela elevação da TMS. O spread global apresentou alta de 30 bps e encerrou o período em 3,8%, reflexo da boa performance da MFB.

As receitas de prestação de serviço totalizaram 15,4%... R\$ 15,4 bilhões no semestre, crescimento de 9,1% na comparação anual influenciado principalmente pelo desempenho comercial da administração de fundos feitos pela nossa BB Asset, por seguridade e operações de crédito.

As despesas administrativas na visão acumulada cresceram 5,8% no ano, abaixo da inflação no período, reflexo da disciplina no controle de custos.

No slide 21 apresentamos o índice de capital principal, que foi de 12,49% em junho, impactado principalmente pelo aumento do RWA em virtude do

crescimento da carteira, o que foi parcialmente compensado pela maior retenção de lucros no trimestre.

Apresentamos na próxima página as projeções corporativas para 2022. Tendo em vista o desempenho apresentado no 1S e para melhor representar as expectativas da administração, o BB revisou suas projeções corporativas.

Na carteira de crédito aumentamos a estimativa de crescimento para a carteira de pessoas físicas, do agro e das empresas considerando a excelente performance até junho, e as perspectivas positivas para o 2S. Com isso o intervalo da carteira total também foi ajustado para um crescimento entre 12 e 16%.

Revisamos também o intervalo da margem financeira bruta para uma range de 13 a 17% a fim de refletir o desempenho acima do esperado nas operações de crédito e na tesouraria.

As receitas de prestação de serviços foram realizadas para um intervalo entre 6 e 9%, refletindo a diversificação e a boa performance.

Aumentamos a projeção de PCLD ampliada para uma range de 14 a R\$ 17 bilhões. Esse movimento é justificado principalmente pelo crescimento maior da carteira de crédito em todos os segmentos.

As expectativas para despesas administrativas foram mantidas, e por fim o lucro líquido ajustado foi revisado para o intervalo de 27 a R\$ 30 bilhões, refletindo as alterações nas demais linhas e nosso compromisso com a melhoria de performance.

Gostaria de convidar todos vocês para o BB Day, que será realizado no dia 22 de setembro onde um evento contará com a presença do presidente Fausto e de todos os vice-presidentes para uma interação bastante dinâmica com mercado, onde teremos oportunidade para explorar melhor nossas iniciativas e a proximidade com o cliente, potencializadas pelo digital.

Agradeço a participação de todos e podemos agora iniciar a sessão de perguntas e respostas.

## **Sessão de Perguntas e Respostas**

### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Obrigada Forni, Fausto, vamos começar agora a sessão de perguntas e respostas. Eu lembro aqui que essa sessão vai ser bilíngue, então as perguntas podem ser realizadas tanto em português quanto em inglês, e vou pedir também para o pessoal, para os analistas fazerem apenas uma pergunta para que todos tenham oportunidade de participar, ok?

A nossa primeira pergunta vem do Rafael do Citi.

### **Sr. Rafael - Citibank**

Bom dia. Minha pergunta, já que a Janaína só me deixou fazer uma, é com relação aos depósitos a prazo. Você teve um aumento bem relevante no volume de depósitos a prazo no tri, e mesmo assim você teve uma queda da taxa média nos depósitos a prazo. Se pudesse explicar um pouco de onde vem esse aumento e a redução de taxa, enfim alguma estratégia diferente do Banco?

### **Sr. Ricardo Forni - CFO**

Eu começo aqui, o Daniel talvez possa me ajudar. Você vai observar que na verdade a questão de redução de custos e de ampliação de volume se deu de uma maneira mais disseminada não somente no depósito a prazo. Esse foi um trabalho bastante diligente da área financeira na busca da expansão e diversificação do funding e redução do custo.

Em relação à parte de expansão e depósito a prazo a gente veio atuando tanto comercialmente no produto em si, quanto no oferecimento desse produto também como uma alternativa de remuneração de saldo em conta corrente. Então essas são as grandes linhas do que foi feito em termos de funding que expandiu a nossa captação, e um trabalho bastante diligente de redução de custo em todos os segmentos. Você pode ver que poupança é reflexo da Selic mais a captação em LCA, a captação em outras modalidades, também na parte de depósitos judiciais, também com redução do custo relativo.

### **Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI**

É só, é natural até com o nível que a gente vê de taxa de juros que você tenha maior demanda por renda fixa, e a gente tem uma captação baseada em varejo, então essa é basicamente a estratégia de varejo que a gente construiu tendo em vista esse momento de mercado.

**Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Bom, a nossa próxima pergunta vem do Marcelo Telles do Credit Suisse.

**Sr. Marcelo Telles - Credit Suisse**

Excelente resultado com lucro recorde no trimestre. A minha pergunta é sobre um pouco a sustentabilidade desse retorno. Vimos aí um ROE bastante alto e acima de 21%, o Banco se beneficiando também da margem de depósito. Vocês revisaram o guidance, então a ideia é como é que a gente pode pensar na sustentabilidade desses resultados no ano que vem?

**Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

Marcelo, excelente pergunta, foi uma é a pergunta inclusive feita pelo jornalista hoje pela manhã para nós aqui. Como é que eu respondi isso aqui? Gente, se nós pararmos para observarmos num prazo talvez mais longo dos últimos semestres ou nos últimos anos, o resultado do banco vem numa crescente. Vocês mesmos podem observar isso buscando a série histórica de resultados dessa empresa.

E nos últimos trimestres o que a gente vem fazendo dentro do Banco do Brasil, principalmente essa nova gestão? A gente vem focando, temos um plano muito claro e objetivo disseminado dentro da empresa: primeiro focar em linhas que nós tínhamos deixado de ser protagonistas - eu mencionei ali há pouco comércio exterior, agronegócio, micro e pequenas empresas - e o resultado está aí. A gente vem crescendo de forma consistente.

Do outro lado esse resultado é suportado por modelos de crédito extremamente robustos, conservadores - a Ana Paula está aqui, que a nossa vice-presidente de crédito, de gestão de risco e controles internos. Enfim, o Banco sempre teve uma posição até de portfólio mais defensiva, até denominação dada por vocês de mercado, porque nós temos muitas operações com segmentos de baixo risco, nós temos uma concentração grande no crédito consignado, nós temos uma concentração grande no agronegócio, que reduziu a sua Inad 90 de 0,6% para 0,4%.

Enfim o banco tem uma posição sólida em termos de carteira, defensiva, e o que a gente está fazendo agora é dar um passo de cada vez de forma controlada buscando melhorar a nossa margem financeira para a gente dar um ROE que vocês viram aí melhor, mas até com um pouco mais de aprendizado que outros bancos de mercado, porque nós estamos fazendo esse crescimento com muita consistência, com muita responsabilidade, posso dizer assim, e de forma conservadora.

É claro que nós vamos observar crescimento da Inad porque risco e retorno andam juntos. A gente espera realmente que o retorno seja extremamente compensatório para a gente cada vez mais ter margens financeiras adequadas ao que vocês tem de expectativa, e que o risco sempre seja controlado - e vocês podem observar aí que o nosso índice de cobertura continua bem elevado, se não me engano 270 e alguma coisa, 271, enfim isso nos dá aquela gordura adicional para que a gente possa de alguma forma ampliar ou ter uma estratégia mais forte em linhas com maiores rentabilidades, quer dizer, carteira de crédito não consignado, cartões, enfim vocês podem ter certeza que esse resultado veio para ficar.

O que nós estamos fazendo dentro do Banco é estimular cada vez mais a nossa rede a superar suas metas, seus desafios, uma proximidade enorme com nossos clientes, somos o primeiro Banco a retomar as visitas físicas - e eu acredito, eu particularmente acredito muito nisso junto com meus vice-presidentes aqui - que a proximidade nos faz entender melhor as necessidades dos nossos clientes, nos torna próximos e aí fazer um engajamento maior dos nossos clientes com nossos produtos e serviços.

Enfim a resposta que eu tenho para você: o resultado veio para ficar, vocês podem esperar resultados cada vez mais crescentes e consistentes e sustentáveis ao longo dos próximos períodos.

### **Sr. Ricardo Forni - CFO**

Eu só queria complementar, Fausto, em relação a isso porque eu acho que a palavra que você falou agora no final ela é fundamental, é questão da consistência. Eu acho que a gente vem executando uma estratégia com bastante consistência, com bastante, evoluindo ao longo do tempo.

A gente chegou aonde chegou nesse 2T não por acaso ou por alguma coisa não recorrente. A gente veio aqui fazendo um trabalho grande de proximidade com o cliente, de expansão de negócios, de mobilização da nossa força de vendas com controle de custos, com crescimento da carteira, com a gestão de risco muito dedicada.

E é esse trabalho que vai nos levar e vai nos manter e manter esse desempenho entre os melhores da indústria. Então a gente tinha um gap, a gente correu atrás e a gente está entregando desempenho compatível com todos os melhores pares do mercado. Então é isso que fica.

Olhando para o ano de 2022 nós reajustamos as nossas projeções, então o que nós esperamos de entrega até o fim do ano nós estamos declarando aqui, e essa estratégia está sendo revisada. Todos os nossos competidores estão tentando também evoluir. Eu acho que essa evolução constante e o encantamento do nosso cliente e ele é a razão da existência, e então isso nós estamos fazendo e para 2023 a gente vai estar olhando o cenário econômico, vamos estar olhando o que a gente pode esperar de crescimento de carteiras e de várias outras iniciativas que estão em andamento para a gente entregar um desempenho em linha com os melhores desempenhos dessa indústria.

#### **Sr. João Carlos de Nóbrega Pecego - VP de Negócios de Atacado**

Posso complementar o que o Fausto e o Forni falaram? Essa diretoria sobre a condução e a liderança do Fausto deixou clara a estratégia de centralização do cliente, ou seja, as redes de atacado, varejo, o governo fizeram uma forte aproximação aos nossos clientes com total apoio das áreas, vamos dizer áreas-meio (tecnologia, crédito, risco, operacional). Todas as áreas trabalham juntas com a rede para que a rede pudesse ter total condição de fazer essa aproximação.

Quando, Marcelo, você fala de sustentabilidade, nós chamamos inclusive de perenidade de resultado, porque o que vai valer para as empresas - incluindo bancos - é a manutenção do relacionamento com seus clientes. Então a estratégia é uma estratégia vencedora de foco total no cliente, de apresentar soluções com tempestividade para os clientes, com engajamento de todo o nosso corpo de funcionários.

Então eu diria que mais do que resultado sustentável, mantendo esse foco no cliente, essa centralidade no cliente, nós vamos ter a perenidade desse resultado.

#### **Sra. Paula Teixeira - CRO**

Se me permite, Pecego, dentro do ponto de vista desse crescimento, centralidade no cliente, aqui a questão da resiliência da qualidade da origem da nossa carteira. A nossa carteira classificada 92,13% dela está entre os melhores níveis de risco (AA-C), e esse modelo de risco traz essa



resiliência na originação da nossa carteira, o que faz com que essa sustentabilidade ela seja aliada a essa proximidade com nosso cliente.

**Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Obrigada. Eu vou seguir aqui para a próxima pergunta, vem do Geoffrey Elliot da Autonomous.

Olá Geoffrey, consegue nos ouvir?

**Mr. Geoffrey Elliott - Autonomous**

Sim, posso, posso ouvi-los agora, muito obrigado, a tradução pode ter tido um pouco de atraso, por isso lamento a lentidão. A minha pergunta está no guidance de despesas de provisão de 14 a R\$ 17 bilhões para 2022. Assim, se tomarmos 1S que foi de R\$ 5,7 bilhões, 2S implica entre 8,3 e R\$ 11,3 bilhões e no topo do intervalo, que é muito próximo do dobro da taxa de crescimento do 1S, mesmo na parte baixa do guidance é quase 50% mais alto. Então porque esperam um aumento tão grande das provisões no 2S em relação ao 1S22?

**Sr. Ricardo Forni - CFO**

Vou começar e depois posso ter alguma informação extra dos meus colegas. Penso que uma coisa no 1S ainda estamos a ver qual foi o fim da evolução pandêmica da carteira, e considerando este fim desta fase, temos sido de baixas inadimplências. Porque estamos a acrescentar risco à carteira, vimos este aumento na margem, mas no 1S e neste trimestre e, em particular, terminamos a classificação forçada ou o agravamento em termos da carteira no início, o que tínhamos de provisões durante a pandemia, e agora temos estado durante estes dois anos após os retornos da carteira, e agora liberamos a classificação.

Portanto, temos neste trimestre o fim deste processo. Isto implicou um reconhecimento de uma melhoria na classificação. Quando se veem os níveis de risco da nossa carteira, é possível ver alguns movimentos para esta classificação AA, A, B, C e outras classificações ali e este é o fim desta fase.

Além disso, temos vindo a acrescentar risco à carteira, e depois a expansão do nosso prognóstico de evolução da carteira nos diferentes segmentos,

especialmente a carteira de varejo está a deteriorar a qualidade a um ritmo que temos vindo a observar de muito perto. Assim, e depois na carteira PJ, temos uma inadimplência estável e na carteira do agronegócio temos vindo a melhorar a inadimplência.

Assim, toda esta dinâmica quando estamos olhando para o 2S que temos esperado que o nível de provisão regresse aos níveis que costumávamos ter antes da pandemia, cerca de mais ou menos 5, um pouquinho mais de 5 bilhões/trimestre, e é por isso que estamos ajustando o intervalo. E por que mudamos esse intervalo no momento? Porque a carteira espera um crescimento que nós havíamos antecipado no início do ano. No momento, eu diria que chegaremos talvez no meio do intervalo desse novo patamar que estamos mostrando para você hoje.

**Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI**

Se eu puder acrescentar alguns elementos, quando nós olhamos o desempenho das provisões no 1S do ano, nós tivemos uma recuperação muito boa, e isso veio juntamente com menos descontos. Isso, juntamente com o fato da avaliação do risco da carteira que o Forni mencionou, nos permitiu ter um provisionamento menor do que o esperado. Não necessariamente significa que isso será replicado no 2S do ano porque isso tem a tendência de se normalizar, e como consequência o que nós esperamos é ter provisões cerca da parte superior do guidance anterior. O que fizemos foi apenas um ajuste do guidance de forma que a nossa expectativa se encontra agora na parte do meio do guidance. É basicamente isso.

**Sra. Ana Paula Teixeira - CRO**

E isso vai suportar o crescimento da nossa carteira.

**Sr. Daniel Maria - Diretor de Finanças e RI**

Isso é muito importante, o crescimento da carteira que já foi mencionado pelo Forni.

**Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Ok, eu vou passar aqui para a próxima pergunta do Gustavo Schrodin do Bradesco.

### **Sr. Gustavo Schroden - Bradesco**

Bom dia, Fausto, e Forni, Ana Paula, Daniel, Janaína, muito obrigado pela pergunta e parabéns pelo resultado. Tudo bem, direto aqui relacionado a dividendos. A posição de capital bem forte, common equity 1 alto, um ROE rodando em 20%, pelo que vocês falaram deve se manter por aí, ou seja, uma geração de capital também forte vindo de resultado. Alguma possibilidade de um aumento de payout ratio dada esse ROE alto e essa base de capital alta também?

### **Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

Oi Gustavo, obrigado pelo elogio em relação ao desempenho do banco. Pela manhã também essa pergunta veio à tona. Eu mencionei, é claro que a gente está sempre revendo as nossas políticas constantemente. Nesse momento a gente considera que o nosso payout é um payout adequado, em linha com os pares - em um caso ou outro até menor que o payout que o banco está pagando - enfim, a preservação do capital visa também que a gente possa garantir que o capital esteja robusto no banco para suportar o crescimento dos ativos que a gente está se propondo no nosso guidance, tá?

Enfim, neste momento a gente considera que o payout de 40% está mais do que adequado e em linha com os pares, e a gente está pagando em oito vezes, enfim a gente de alguma forma está atendendo, a gente acredita que estamos atendendo a expectativa do senhores em relação a periodicidade dos pagamentos.

É claro, a gente está sempre atento às novidades de mercado, e como qualquer outra política do banco, eventualmente se surgir algum fato superveniente que nos faça revisar a gente vai estar sempre disposto a analisar e conversar - mas nesse momento o nível de payout a gente considera adequado, viu?

### **Sr. Ricardo Forni - CFO**

Gustavo, só para complementar eu acho que essa questão a gente foi até provocado em relação a esse tema por conta da demanda que o governo fez a todas as estatais, e o que a gente vem fazendo é o planejamento que foi feito que está sendo cumprido à risca, está evoluindo crescendo a carteira até num ritmo superior àquele que a gente esperava no começo do ano, e essa equação do payout de 40%, que é adequado e vamos dizer

assim atrativo do ponto de vista do investidor e das melhores práticas, e 60% de retenção de lucros para fazer a sustentação do crescimento do crédito de todos os negócios em que o Banco do Brasil está envolvido, ele neste momento ele ainda é um modelo mais, o mix mais adequado.

Eu acho que o incentivo a um payout maior ele existe. A gente está, vai sempre avaliá-lo, e acho que o olhando o ano de 2023 é o momento de rever o que nos espera de uma maneira de crescimento de carteira, de expansão de novos negócios, para a gente ver se esse mix continua exatamente nesse ponto ou se ele pode ser utilizado de alguma outra maneira.

Mas o planejamento que foi feito ao final do ano, a execução que está sendo feita e a entrega de resultado com base nisso aí, eu acho que ela está sendo muito profícua para o investidor e muito adequada para o banco. A gente está, avaliou recentemente isso inclusive.

#### **Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

A melhor forma, viu Gustavo, da gente atender o desejo dos nossos acionistas nós acreditamos que é melhorar o resultado, consequentemente vai ter melhor payout no final do ano, e por isso fizemos a nova projeção do guidance.

#### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Obrigada. A nossa próxima pergunta vem do Mario Pierry do Bank of America.

#### **Sr. Mario Pierry - Bank of America**

Boa tarde pessoal, parabéns pelo resultado. Peço desculpas porque a minha câmera não está funcionando. Minha pergunta é mais específica sobre cartões. A gente viu, vocês vêm crescendo bem forte em cartões, crescimento acima de 50%, mas a gente viu um aumento na inadimplência bem alto, olhando a inadimplência do produto está perto de 8%, um ano atrás estava perto de 4%.

Eu queria entender se o apetite para continuar crescendo mudou, e o que, se esse aumento da inadimplência era algo esperado ou tem algo que vocês precisam melhorar no produto, obrigado.

### **Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

Ricardo e Ana Paula podem complementar. Na última divulgação de resultado quando nós conversamos bastante nós falamos um pouquinho da importância de a gente trabalhar nossa margem financeira bruta para a gente buscar linhas em posições menos defensivas de acordo com o que nós denominamos - aliás que vocês denominaram - que o Banco do Brasil estava com linhas com um pouco mais de rentabilidade, mas que tivesse retornos adequados que pudessem compensar eventual inadimplência.

Eu digo para você o seguinte, eu reforço: o Banco do Brasil tem modelos de crédito altamente qualificados, que são frutos de investimentos de muitos anos, de muito esforço para a construção e de muito aprendizado.

E aí pegando carona no aprendizado o que eu tenho pedido para a nossa vice-presidente de risco e controle é para a gente ir soltando e aprendendo, dando um passo de cada vez. Então o aprendizado é constante.

Então nós vamos continuar crescendo em algumas linhas que apresentam maior margem financeira e maior risco, no entanto com aprendizado contínuo para a gente ir ajustando os modelos ao longo do processo, colocando os modelos cada vez mais sólidos, mais consistentes e com maior nível de assertividade.

Enfim, eu acredito que Paula vai detalhar um pouco melhor para nós como é que está ocorrendo esse processo.

### **Sr. Ricardo Forni - CFO**

Só falar antes aqui, acho que a questão assim, primeiro o cartão; é um produto que a gente acredita. Eu acho que é um dos nossos carros chefes de evolução na questão da mudança de mix e a gente tem, acho que o Banco do Brasil demorou um pouco a entrar no que o mercado chama de mar aberto, e esse mercado tem suas peculiaridades.

Então a gente tem uma evolução que a gente vê com muita clareza e com muita tranquilidade daquele cliente tradicional, correntista que já está encarteirado, a carteira continua bastante, com a performance bastante adequada.

E a gente veio atraindo clientes novos, fazendo toda uma nova abordagem em relação a isso, e claramente esse público tem um perfil diferente, tem uma inadimplência diferente e a velocidade que a inadimplência veio evoluindo em relação a isso ela veio antecipada, vamos dizer assim, em relação às nossas expectativas.

Como a gente tem uma gestão de risco de crédito bastante atuante, bastante qualificada, muito rapidamente isso foi percebido e já vem sendo, os modelos de crédito já vem sendo calibrados, a questão dos volumes de limite adequados, a própria evolução de limite ao longo da jornada do cliente junto ao Banco do Brasil.

Então esse é um trabalho intenso de refinamento que está sendo feito para manter essa qualidade da carteira como um todo adequada e juntar as nossas projeções com as questões que estão, onde na verdade a gente vê um mercado onde a questão de inflação e renda disponível e está impactando a inadimplência para o mercado como um todo. Então essa é uma realidade que a gente está percebendo em relação a isso e onde tem uma intensa gestão de risco de crédito sendo aplicada - e eu vou passar a palavra para a especialista aqui que é a Paula Teixeira.

### **Sra. Paula Teixeira - CRO**

Obrigada Ricardo, Mario. Acho que tanto o presidente Fausto como o nosso CFO Ricardo pontuou bastante os pontos da nossa estratégia. Essa inadimplência no cartão ela sim é reflexo da nossa estratégia de buscar por linhas mais rentáveis. É natural que neste produto de cartão a inadimplência venha, ela ocorra numa velocidade mais rápida do que nos demais outros produtos por conta do próprio comportamento de arrasto, de atraso e arrasto.

Mas o que é que nós temos? Nós estamos avaliando todo esse mercado, entramos nesse mercado e aí como o Ricardo colocou no mar aberto, de buscar novos clientes que não são correntistas, mas entramos.

Depois estamos estudando, avaliando, revisitando nossos modelos. Já fizemos medidas nesse sentido com o uso intensivo de dados de diversos birôs para que a gente faça exatamente isso, essa calibração e encontre aqui o ponto de equilíbrio.

Aliado a tudo isso nós temos uma estratégia que tem sido bastante vencedora de cobranças. Então todos esses patamares que nós estamos observando aqui nós continuamos sim com a estratégia de linhas mais rentáveis, sabemos que isso nos traz um pouco mais de risco e os nossos modelos estão monitorando diariamente e buscando aperfeiçoamento com dados inclusive externos, para que a gente faça as medidas necessárias e tome as medidas necessárias como o agente já vem tomando do ponto de vista desta linha.

### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Bom, a nossa próxima pergunta vem do Tito Labarta do Goldman Sachs

Tito, se você quiser pode fazer a sua pergunta.

### **Sr. Tito Labarta – Goldman Sachs**

Obrigado Janaína, obrigado a todos por responderem à minha pergunta. Eu tenho uma pergunta sobre a margem financeira bruta. Você aumentou guidance, e é claro que você se beneficiou de uma combinação de um forte crescimento e um melhor mix, e taxas mais elevadas.

Falando do impacto daqui para o ano que vem também, o crescimento da carteira de crédito parece que vai se arrefecer então talvez até o começo do ano que vem. Então pensando no crescimento da margem financeira bruta além deste ano, do crescimento do crédito, será que isso vai gerar alguma pressão, ou se vocês acham que por causa do melhor mix você acha que você ainda vai poder ampliar a margem?

E também um outro ponto relação à tesouraria, você também teve fortes resultados ali. Alguns dos bancos privados - eu sei que ainda não é comparável à margem financeira bruta do mercado, porque é claro que houve algumas perdas e vocês parecem que estão indo muito bem do lado de resultado de negociação, e combinado com a evolução da taxa de juros se isso vai cair de alguma forma e como é que vocês pensam na sustentabilidade de crescimento da margem financeira?

### **Sr. Ricardo Forni – CFO**

Eu vou começar aqui e o Daniel Maria pode acrescentar. Eu acredito que ainda estamos vendo que o melhora da margem financeira não foi concluído ainda. Esperamos um crescimento da margem financeira bruta, e é por isso que nós ajustamos o guidance, esses guidances nesse sentido. Eu acredito que talvez a gente atinja, digamos, o ponto mais alto da margem financeira bruta no final do ano, quando tivermos todas as estratégias que estamos implementando em termos da nossa busca por carteiras melhoradas em termos de risco e retorno do lado de pessoa física e varejo.

Nós temos trabalhado no custo de captação em todos os aspectos dos produtos, e eu acredito que isso ainda vai evoluir ao longo do tempo até o final deste ano. Eu acredito que no agronegócio a nova safra vai nos trazer spreads menores, o que ao longo do tempo também vai afetar ao longo do tempo a margem financeira bruta – mas eu acredito que até o final do ano nós ainda vamos ver a margem financeira bruta aumentando. Para 2023 eu acho que a dinâmica também vai evoluir. Acreditamos que os resultados de tesouraria ainda vão estar lá e nós vamos precisar ver como é que a carteira de crédito vai evoluir em 2023. Nós ainda não conhecemos os números, mas o Banco do Brasil vai tentar estar muito próximo do que os nossos

pares estarão fazendo em termos de carteira de crédito. É uma questão de qual vai ser o cenário que nós vamos enfrentar no final do ano para poder planejar o cenário de 2023.

#### **Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI**

E Tito, eu acrescentaria aqui também o que o Ricardo falou. Seria interessante analisar a estrutura do nosso balanço patrimonial. Basicamente nós temos posições líquidas de ativos de renda fixa em taxa fixa contra posições de passivo em taxa flutuante. A diferença é que essa posição líquida está em depósitos de poupança (basicamente TR +6%), quando a taxa Selic está acima de 8,5%, o que significa que os passivos se movimentam mais rápido do que os ativos, têm uma reprecificação mais rápida. Existe um teto quando a taxa de juros está acima de 8,5%.

Essa é uma das razões do nosso passivo – embora esteja crescendo quando comparamos com a taxa base – ele estar apresentando uma redução relativa porque temos esse teto. Agora vamos imaginar um cenário quando a taxa de juros começar a cair. Nós vamos reprecificar o passivo mais rápido e os ativos mais lentamente, e isso nos dá a dinâmica do ano que vem. Nós acreditamos fortemente que a margem financeira bruta tenderá a crescer acima da carteira de crédito.

Eu queria aproveitar essa oportunidade para lembrar-lhes de um dos vetores da margem financeira bruta esse ano. O custo de captação, reprecificação das transações, que é exatamente o que eu mencionei, são os ativos de tesouraria – mas não entendam tesouraria como o conceito de tesouraria. A forma como nós reportamos isso é, nós temos transações, títulos corporativos, CDCA, CPRs, que são basicamente transações comerciais. Com uma redução de taxas de juros isso tende a reduzir sua participação – mas ainda assim estará acima do crescimento da carteira de crédito. Eu acho que essa é uma bela premissa a considerar na sua modelagem.

#### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Nossa próxima pergunta vem do Jason Molin do Scotiabank.

Jason, você nos ouviu? Desculpe Jason, nós não estamos ouvindo você, acho que seu microfone está fechado.

#### **Sr. Jason Molin – Scotiabank**

Eu vou falar em português hoje.



**Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Ótimo, obrigada.

**Sr. Jason Molin - Scotiabank**

Parabéns pelos fortes resultados com o retorno sobre o patrimônio, o retorno de 21%, obrigado pela reunião e oportunidade de fazer uma pergunta. Quero pedir que deem mais cor a dinâmica do segmento de agronegócios do banco. O agronegócio representa cerca de 28% da carteira com o segmento crescendo 27% ano a ano no 2T. No guidance vocês falam sobre o crescimento do crédito de agronegócio na faixa de 18 a 22% para o ano inteiro de 2022.

Esta é uma orientação para o próximo semestre. Vocês podem falar sobre as perspectivas no médio prazo de crescimento, inadimplência, rentabilidade desse segmento pensando em mais concorrência? E como vai funcionar o subsídio no futuro? Obrigado.

**Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

Jason, obrigado pela pergunta. Desde que nós assumimos a cadeira de diretoria do banco eu tenho batido muito forte que nós temos que voltar a ser protagonistas fortes também na questão de algumas linhas estratégicas para o banco, e o agronegócio é uma vocação do banco há mais de 100 anos.

As primeiras operações de agronegócio remontam lá no século 19, as exportações, o financiamento às produções de café do Brasil, cana-de-açúcar, enfim o agronegócio nasceu no Banco do Brasil, a primeira carteira, grande carteira de crédito é do Banco do Brasil datada da década de 30, e o Manual de Crédito Rural que hoje é adotado pelo Banco Central nasceu em 1954, 55, dentro do Banco do Brasil e hoje é padrão para todos os bancos.

Enfim eu acho que é inegável o conhecimento que nós temos do agronegócio brasileiro, a nossa capilaridade para poder atender o agro do pequeno ao grande produtor. Eu mencionei no início que apenas, menos de 30% do que nós estamos destinando o agronegócio vem de recursos que a gente chama equalizáveis, com taxas de juros equalizáveis com o governo federal, quer dizer, os outros 70% é o nosso esforço de composição de funding para buscar uma taxa mais adequada ao setor.

Bom, aí falando propriamente do setor, o setor vem num boom. A gente vê pelas pesquisas o crescimento da população no mundo, um mundo

crescendo fortemente a cada dez, doze anos, aumentando 1 bilhão de pessoas. Enfim, cada vez mais teremos demanda por alimentos – e o agro brasileiro pode ser uma saída importante para que a gente possa exportar cada vez mais. Nós temos terras férteis, nós temos tecnologia, nós temos uma Embrapa que apoia o desenvolvimento tecnológico do agronegócio.

E temos do outro lado a pressão por não desmatamento. Então só tem um jeito de fazer isso, ter um retorno maior aportando tecnologia ao homem do campo para que ele possa usar a mesma propriedade para produzir ainda mais do que ele produz hoje.

A demanda que nós estamos observando vem forte no custeio. O custeio, que nós chamamos aqui é plantar a semente, plantar, gerar produção de soja, de trigo, de milho, então é o dinheiro para o agricultor para ele, um capital de giro para ele comprar sementes, para ele comprar combustível para arar a terra, comprar os adubos, fertilizantes, enfim fazer a produção plantar e depois colher lá na frente.

O que nós estamos observando claramente é que por conta da inflação de investimento, de maquinários, e equipamentos agrícolas, porque máquinas que custavam R\$ 300.000 aqui no Brasil passaram a custar mais de 1 milhão. E aí por conta da demanda, que é alta ainda, e por conta também de falta de oferta, equipamentos dependentes de insumos, de chips que vêm do exterior, de pneu e a gente tem observado uma dependência muito grande nessa cadeia de fornecimento de alguns países e que qualquer situação que possa gerar atraso na produção impacta esse setor do maquinário e a gente acredita fortemente que o agronegócio brasileiro vai ganhar muita tração e força, principalmente na questão do custeio.

Então o custeio, essa frente que eu falei de plantar as sementes, a gente está vindo, está observando a força do agronegócio nesse primeiro mês que abriu as operações. Só para você ter uma ideia, enquanto no mesmo período (o primeiro mês do ano passado) nós fizemos cerca de R\$ 11 bilhões no início da safra, nós já fizemos R\$ 27 bilhões nesse momento.

Então o agro vem forte, vem firme, mostra a força da nossa agricultura, mostra novos entrantes no mercado, novos investimentos estão sendo feitos e a perspectiva é que os agricultores fiquem cada vez mais capitalizados por conta desse boom de commodities e que os índices de inadimplência permaneçam como estão.

Nós também estamos ofertando alternativas para os agricultores para que eles possam fazer a venda futura da sua produção. Criamos opções no nosso site, no nosso app para que ele possa travar o preço futuro e não ficar dependente de cotações spot no mercado.

Fizemos, construímos quatro laboratórios para desenvolver tecnologia - e um deles voltado para o agronegócio na região de São Paulo numa cidade do interior onde temos uma universidade muito forte, ativa na questão do agro, onde também temos várias agritechs (é o nome técnico que a gente dá às startups voltadas para o agro), e a ideia é que a gente busque cada vez mais soluções inteligentes para que o agronegócio seja também sustentável e melhore sua produtividade ao longo dos próximos períodos.

Enfim, o Banco não quer ser apenas uma solução de crédito. O Banco quer aportar também inteligência e a gente está desenvolvendo esses laboratórios com muitas soluções interessantes para que o agricultor possa também fazer uso e ampliar sua produção diminuindo o risco de crédito para o Banco cada vez mais por conta de tecnologia, por conta de informação, e fazendo com que ele tenha mais rentabilidade.

Então era basicamente isso que eu ia dizer em termos do agro se era para dar um pouco mais de cores exatamente isso é a minha percepção.

#### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Obrigada Fausto. Vamos passar aqui para a próxima pergunta, gostaria de chamar o Nicolas Riva do Bank of America.

Nicolas, você nos escuta? Pode fazer a sua pergunta.

#### **Sr. Nicolas Riva – Bank of America**

Muito obrigado, Janaína. Tenho, portanto, uma pergunta sobre os títulos perpétuos. Tem a data de resgate para o 9 ¼ no próximo mês de Abril, na sua opinião vocês estariam dispostos a emitir um novo título 9 ¼? Vocês se sentem confortáveis com o índice de capital? Vocês vão ter a participação do Banco Central nesse título?

E uma segunda pergunta: além do título perpétuo e a data de resgate vocês têm também o vencimento de títulos maduros, no total em abril 3 bilhões de dólares nesses títulos, além do título perpétuo.

Então minha pergunta é: vocês têm dólares suficientes para honrar todos esses pagamentos ou precisarão de capitalização para isso?

#### **Sr. Ricardo Forni – CFO**

Obrigado pela pergunta, Nicolas. Em termos do título perpétuo nós estamos acompanhando toda a situação em termos do mercado, o mercado de tesouraria que aumentou rapidamente a taxa de juros. Nós estamos monitorando, digamos, a situação em termos de novas emissões. Nós estamos muito bem-preparados em termos de liquidez de dólares, até os títulos sêniores que você mencionou.

Nós temos antecipado esses títulos que estão vencendo, e nós podemos facilmente gerenciar a liquidez em dólares e a nossa posição de capital. Nós prevemos o perpétuo, acho que será conforme o esperado. Vamos exercer o call, a opção de compra, e vamos ver como o mercado vai estar em relação à nova emissão, no mercado externo e interno.

Então nós vamos monitorar isso, mas nós temos acompanhado isso muito de perto, e estamos muito bem em termos de lidar com a posição de liquidez em dólares, assim como a questão de renovações e também a nossa posição de caixa, de capital. Isso é parte do que nós consideramos quando nós vemos, por exemplo, a discussão de payout. Nós estamos lidando com aposição de capital olhando para frente, considerando todos os cenários pelo menos em termos de dois ou três anos de vencimento. Daniel, você gostaria de acrescentar alguma coisa?

#### **Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI**

Nicolas, para lhe dar alguns dados para ajudá-lo a fazer seu julgamento, em primeiro lugar nós temos mais capital, nós temos mais índice de capital principal, mais ou menos 300 bps, e nós facilmente podemos reduzir isso em pelo menos 100 bps, ou seja, de 5,5 bilhões que nós temos vencendo ou resgatáveis em 2023 e 2024, é muito provável que nós teremos menos do que já temos.

E uma informação adicional: quando montamos essas posições nós tínhamos uma diferença em termos de moeda forte, e tínhamos também uma perspectiva diferente em termos de capital. Naquela época nós tínhamos uma mudança de capital que nós queríamos antecipar nesse processo. Na época nós não tínhamos mercado interno, e agora nós temos. Então se você me perguntar se eu montaria a estrutura de capital do zero, nós provavelmente teríamos um mix de mercado interno e externo, o que significa que nós temos outras oportunidades e possibilidades de financiar isso.

Agora em termos de capital basicamente é isso que nós temos, temos capital suficiente e tendemos a reduzir essa posição. Em termos de liquidez nós já pré-captamos essas posições no nosso balanço e reduzimos a presença em moeda forte, então não temos as mesmas necessidades de

captação de funding. Nós esperamos ter menos títulos no mercado no futuro próximo.

### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Bom pessoal, a gente está chegando ao fim da nossa teleconferência. A última pergunta eu gostaria de chamar o Pedro Leduc do Itaú.

### **Sr. Pedro Leduc - Itaú**

Obrigado Janaína, boa tarde a todos, parabéns pelos resultados também, presidente Fausto e todo o seu time. Minha pergunta para a direção de gestão de custo. Atingiram um nível de eficiência exemplar dando para vocês um insumo essencial para crescer de maneira competitiva.

Agora a linha de despesas administrativas foi uma das que não mudou no guidance, foi mantida. Claro que isso por si só já é um desafio com essa inflação maior, mas já buscando também entender um pouquinho mais para 23 onde despesas de provisão de crédito devem ser maiores como já foi mencionado, se a gente pode entender essa tendência de melhora de eficiência continua e vai contribuir positivamente ano que vem para a expansão de lucro.

### **Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

Pedro, excelente ponto que você mencionou. Nós discutimos bastante esse ponto no âmbito do conselho diretor do Banco, e essa é a mensagem de fato que nós queremos passar para o mercado e para todos vocês, que a cultura dentro do Banco do Brasil de controle das despesas ela é perene, é uma continuidade. Isso já está enraizado dentro da organização. A gente faz esse processo já há muitos anos de controle de custos, e a mensagem que nós estamos dando para todo o corpo funcional é exatamente essa, nós vamos continuar controlando o custos e por isso não aumentamos o nosso guidance.

É um desafio, a gente sabe disso porque nós temos dissídio coletivo no 2S, nós temos inflação sobre outras coisas, sobre aluguéis, sobre compras, enfim isso vai nos desafiar cada vez mais a exercitar o nosso poder de negociação, a exercitar o nosso poder para encontrar soluções mais adequadas, mais justas, e enfim e que continue, que a gente continue com índices de despesas bem controlados.

O que eu posso dizer para você é que esse é o nosso grande desafio, mas é algo que nós julgamos que seria factível ser atingido, por isso a gente manteve os níveis de despesas nesse patamar.

### **Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI**

Bom pessoal, nós encerramos por aqui a sessão de perguntas e respostas. Obrigada por todos que estiveram aqui conosco e vou pedir agora para o presidente Fausto fazer suas considerações finais para nosso evento.

### **Sr. Fausto Ribeiro - CEO**

Eu quero agradecer a todos vocês por escutarem essa pequena apresentação que fizemos sobre o resultado. Quero continuar afirmando para todos vocês que é um resultado sustentável baseado num crescimento robusto da nossa carteira, mas com muito controle da nossa inadimplência.

O banco tem modelos robustos de crédito, o Banco tem experiência no mercado, o Banco tem uma marca respeitada na sociedade, tem presença de norte a sul.

Enfim, o Banco tem solidez, o Banco tem profissionais de altíssimo nível, extremamente qualificados para gerir essa empresa, para inovar, para buscar a renovação de base, rejuvenescimento da nossa base de clientes. Vocês viram um monte de ações que estamos fazendo para buscar esse rejuvenescimento. Esse acordo que fizemos com a Yours a gente acredita muito que pode trazer muitos futuros clientes para essa casa, e além disso contribuir para a sociedade de forma geral para educar as crianças, fazer uma educação financeira sólida, consistente para que elas possam se engajar conosco e a gente acompanhar esses clientes para o resto da vida.

Nós estamos explorando também vários ecossistemas que eu falei aqui para vocês, são oportunidades únicas que surgiram no mercado. A gente encara o open finance, o open bank como sendo oportunidade e não ameaça, estamos tirando proveito de muita inovação que nós estamos enxergando.

Muita inteligência analítica, nós estamos estimulando um pensamento fora da caixa buscando inovar e ter mais assertividade nas ofertas para nossos clientes. Temos observado inclusive que os clientes que têm optado por aderir, fazer o programa de consentimento conosco para que a gente tem acesso às informações em outros bancos. As ofertas têm o dobro de assertividade, enfim é o trabalho de inteligência analítica, é o trabalho de

convencimento, de proximidade com os nossos clientes juntos e a gente tirando proveito disso em várias arenas, e o banco cada vez mais forte e sustentável.

Quero dizer para vocês que o resultado veio para ficar. Essa gestão é muito focada, muito resiliente, muito objetiva. A gente tem compromissos claros comunicados internamente, as pessoas sabem exatamente aonde nós queremos chegar.

Existe um fortalecimento dentro do Banco do Brasil da percepção de pertencimento a uma empresa com todo esse histórico de 213 anos, com todo esse potencial e vocês podem estar seguros que cada vez mais nós vamos estar surpreendendo o mercado não só com soluções adequadas aos nossos clientes, mas também com resultados consistentes, cada vez crescentes.

Muito obrigado a todos vocês pela atenção e continuem contando com o Banco do Brasil para tudo que vocês imaginarem, um grande abraço.

---