



## **Apresentação dos Resultados do 2T21 do Banrisul Conference Call - 13 de agosto de 2021**

### **Operadora:**

Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco do Estado do Rio Grande do Sul, Banrisul, para a discussão dos resultados referentes ao 2T21. Estão presentes hoje conosco os senhores: Cláudio Coutinho Mendes, Presidente; Marcus Staffen, Diretor de Finanças e Relações com Investidores; Osvaldo Lobo, Diretor de Crédito; Nathan Sassi Meneguzzi, Superintendente de Relações com Investidores; Werner Kohler, Superintendente de Contabilidade.

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. E, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas exclusivamente para analistas e investidores, quando maiores instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando asterisco zero.

O replay deste evento estará disponível logo após o encerramento por um período de sete dias. Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência relativas às perspectivas de negócios do Banrisul, projeções e metas operacionais e financeiras. Constituem em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho; elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro do Banrisul e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em certas considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao senhor Cláudio Coutinho Mendes, presidente do Banco do Estado do Rio Grande do Sul SA, que dará início à apresentação. Por favor, senhor Coutinho, pode prosseguir.

### **Cláudio Coutinho Mendes:**

Muito obrigado. Agradeço a presença de todos e todas. Vamos começar então a apresentação do Banrisul desse 2T21. Espero que todos estejam com apresentação. Estamos aqui projetando aqui o slide dois para falarmos um pouco sobre a conjuntura econômica.

Um pouco antes disso, queria fazer uma retrospectiva desse semestre para de certa forma colocar todos na mesma perspectiva. Nós quando iniciamos esse semestre, o 1S21, tínhamos um horizonte em que achávamos que com o início da vacinação e com



um controle social das pessoas se aglomerando menos e etc. teríamos uma pandemia que estaria arrefecendo.

Infelizmente isso acabou não ocorrendo, acompanhando a história do semestre, a partir de fevereiro e março tivemos um pico do Corona vírus, até superior do que o pico que teria ocorrido em 2020. Isso ocasionou no Estado do Rio Grande do Sul o fechamento da economia de forma muito drástica.

Quase todos os municípios do Estado estiveram debaixo da regra de bandeira preta. No nosso caso, obrigava que nós tivéssemos no máximo 25% do nosso quadro comercial presente nas agências. Isso estou me referindo a março e abril.

Isso prejudicou sobremaneira toda nossa capacidade comercial de vendas. Então, de certa forma, nós nos frustramos um pouco no sentido de que a força comercial que poderíamos ter empreendido nessa época ficou prejudicada em decorrência dessas restrições.

Nós também tivemos o tempo todo, tivemos uma preocupação muito grande com a saúde dos nossos colaboradores e dos nossos clientes e, seguimos rigidamente todas as recomendações, não só dos estados e dos municípios, quando o município era mais rigoroso do que o Estado, bem como as orientações do Hospital Moinhos de Vento que é nosso consultor na área de saúde.

Então, nos preocupamos primordialmente com a saúde dos colaboradores e ficou para o segundo plano, nesse momento, o atingimento de metas comerciais. Gostaria então de fazer esse pano de fundo dividir a história desse semestre tendo em vista o nosso *approach*.

Hoje, nós já voltamos à normalidade no sentido de que todo nosso quadro comercial está de volta às agências, exceto os nossos colaboradores que são do grupo de risco e estão trabalhando em home office.

Agora todos os demais que não são grupo de risco estão de volta ao trabalho presencial nas agências que é muito importante para a consecução dos nossos objetivos comerciais.

Claro, seguindo rigorosamente os protocolos do Hospital Moinhos de Vento tais como o uso de máscara de forma permanente, distanciamento, uso de álcool gel. Enfim, tem todo um procedimento que o Moinhos de Vento nos recomenda que estamos seguindo à risca, mas com a força comercial toda colocada nas agências.

Vamos ao pano de fundo do marco econômico, como já falado em outras apresentações no final do ano passado e no início desse ano.

Nós temos muito otimismo com a economia gaúcha, no sentido de que o aumento do preço das *softs commodities* no mundo, que o mundo está vivendo expansões monetárias que os bancos centrais dos países desenvolvidos fizeram e colocaram as *commodities*, inclusive as *commodities* agrícolas do complexo carnes em níveis muito altos, conjugado com uma taxa de câmbio desvalorizada do Brasil.



Então, esse é um evento que a ocorrência dele de forma concomitante é muito rara. Mas nesse momento, favorece muito a economia gaúcha como nós já esperávamos. Esse slide número dois, mostra isso, como o crescimento da economia gaúcha está sendo superior até ao crescimento da economia brasileira.

Nós continuamos achando que continuará dessa forma, o agronegócio puxando, a indústria também muito competitiva, e uma certa taxa de câmbio também puxará o crescimento da economia gaúcha. Então, estamos muito otimistas com esse pano de fundo.

Vamos para o slide número três, falar um pouco do nosso momento. Desde o início dessa administração, estamos com muita preocupação de ajustar nossos custos e conter toda a nossa estrutura de preços e custos para que possamos ser competitivos.

Ao mesmo tempo, ajustando a nossa carteira de crédito, sendo bastante conservador não só nas classificações como também fazendo créditos de forma concentrada. Nós saímos de *large corporate*, hoje temos uma carteira bem diversificada e com bastante risco de crédito como veremos nessa apresentação.

Estamos preparados para aproveitar a oportunidade de crescimento. Como vocês sabem, um banco que tem todos os produtos, todos os *service banking*, tem capacidade de oferecer e temos na prateleira todos os produtos que um banco pode oferecer.

Além disso, temos uma rede de distribuição *omnichannel*, temos agências, canais digitais, via *office bank* e via internet. E também temos correspondentes bancários pelo Brasil e também temos correspondentes bancários dentro do próprio Estado do Rio Grande do Sul.

Também temos conseguido engajar nossas equipes, estamos trabalhando em conjunto com a consultoria de RH Mercer, uma consultoria internacional. E temos já implantado paulatinamente parte do fluxo de trabalho deles. Isso tem nos levado a estar mais alinhados de forma mais efetiva os incentivos para os nossos colaboradores, de forma que fique mais aderentes aos objetivos corporativos do Banrisul.

Temos focado no nosso core business, que é basicamente crédito, usando o crédito como ponta de lança para a abertura de possibilidades de venda dos demais produtos do Banco. Então, o nosso objetivo hoje é estar expandindo o crédito e usar o crédito como ponta de lança na área comercial.

No slide quatro, a nossa estratégia é a primeira. Temos uma linha de base de clientes, então a ideia é que monetizemos esses clientes no sentido de estar 'oportunizando' aos clientes a adquirem nossos produtos que eventualmente não estejam sendo oferecidos a contento.

Com isso, aumentaríamos a penetração desses produtos na nossa base que é bastante extensa aqui no Estado do Rio Grande do Sul. Então, eu tenho uma preocupação muito grande no pilar da eficiência. Nesse sentido, tivemos ajustes no nosso quadro de pessoal, usamos o PDV. Tivemos uma redução muito importante no custo de pessoal



em 12 meses de 7%. E nos demais custos temos sido bem rigorosos em todas as contratações e todos os demais custos administrativos também estão debaixo de um severo cuidado para não deixar o custo subir.

Na transformação digital temos trabalhado com métodos ágeis, temos uma unidade de transformação digital e estamos trabalhando para colocar aos nossos clientes uma experiência cada vez mais positiva e mais simples trazendo a vida deles para a palma da mão no celular.

Por último, estamos muito empenhados na agenda de sustentabilidade da operação do Banco de forma transversal. Criamos uma área de sustentabilidade, estamos implantando diversos novos procedimentos.

Vamos agora caminhando para sermos abastecidos por energia limpa no mercado livre e estaremos cada vez mais tendo uma matriz energética em que iremos nos abastecer de origem limpa seja fotovoltaica, eólica e energias que não são poluentes e nem tem gases de efeito estufa.

Vamos agora para o slide número cinco, sobre a questão da monetização do nosso relacionamento com os clientes, têm dados muito interessantes. 55% da nossa base ela compra no máximo 2 produtos que o Banco tem na sua prateleira. Isso é muito pouco, o Banco tem uma gama muito importante de produtos que certamente interessa aos nossos clientes.

Nós temos um espaço muito grande para crescer nossa venda de produtos para esses clientes, produtos adequados às suas necessidades. Nós vemos isso uma grande oportunidade para aumentar de forma dramática a rentabilidade só aumentando a quantidade de produtos que podemos vender para esses clientes.

Estamos aqui uma estratégia muito forte de continuar a distribuir produtos, até na portabilidade para nós, no consignado, pessoal, imobiliário estamos vendo o foco, somos muito competitivos também no imobiliário. Então, a ideia é que aumentemos a área de crédito usando a portabilidade do consignado e do imobiliário ao mesmo tempo.

Concluimos aqui a tarefa e a partir deste mês desse mês de agosto, estaremos abrindo contas para os nossos clientes de forma 100% digital, sem a necessidade que o cliente venha a nossa agência e com um simples smartphone na mão, ele pode abrir uma conta no Banrisul.

Indo para o slide seis, fazendo um *highlight* da nossa tendência, historicamente, o Banrisul é muito inovador do ponto de vista tecnológico. Estou aqui lembrando algumas inovações. O Banrisul lançou a pulseira Banrifast que autoriza pagamentos por aproximação. Já temos mais 100 mil transações realizadas, mais de 14 mil pulseiras já solicitadas.

Também temos a possibilidade do nosso cliente fazer a gestão do seu limite de crédito utilizando o próprio smartphone, ele coloca isso. Além disso, 77,5% já são feitas pelos nossos canais digitais. Temos 1,100 milhão acessos diários em todo o meio digital. Hoje o crescimento das relações digitais alcançou 14%.



Na nossa rede de adquirência estamos agora implantando uma tecnologia disruptiva o sentido de que vamos prescindir de uma maquininha para ser o POS dos nossos clientes na área de adquirência.

Teremos nas lojas de aplicativos do Android e IOS o aplicativo da Vero que o smartphone do lojista, do comerciante se transformará em um POS e por aproximação do cartão de crédito nesse smartphone, com esse *app*, ele será um POS e dessa forma o nosso cliente, parceiro, lojista, não precisará pagar aluguel, não terá máquina para ser trocada, com um simples smartphone ele vai poder fazer a venda dele por cartão e concluir basicamente por aproximação do cartão de crédito.

Isso é disruptivo no sentido de que o custo de aquisição do cliente despencará e ele poderá no Brasil inteiro utilizando essa tecnologia, não depende da troca do POS ao longo do Brasil. Então, isso será revolucionário, com muito baixo custo baixo e nos possibilitará ganhar escala na distribuição do nosso produto Vero.

Vamos passar então para o slide sete. Aqui fica claro o nosso pilar de preocupação com eficiência em relação à Rede de Agências. Nós continuamos com o trabalho da racionalização da quantidade de agências.

Já fechamos 16 agências e 30 PAs, postos de atendimentos bancários já foram encerrados; e 2 duas agências que foram transformadas em postos de atendimento bancários, bem como 9 PAs que foram remodeladas e viraram salas de negócio.

Esse trabalho continuará e estaremos permanentemente revisitando as agências, de modo que continuaremos com esse trabalho de redução da nossa estrutura física sem prejuízo do atendimento e de adequação da rede às necessidades dos clientes.

Por outro lado, também em relação ao pessoal, nota-se aqui que o custo com pessoal comparado com o lucro líquido, partindo da mesma base do 2T20 nosso lucro cresceu 135% enquanto nosso custo com pessoal caiu 5%.

Isso é o reflexo da saída de 1.000 colaboradores entre junho do ano passado e agora junho desse ano. Então, reduzimos o nosso quadro de pessoal para 9,1 mil colaboradores.

No slide de número oito, o aspecto sustentabilidade temos os gráficos de iniciativas. Nós aderimos ao CDP que é o Carbon Disclosure Project; aderimos também ao GHG Protocol.

Estamos fazendo diversas ações de financiamento com os nossos clientes para adquirirem geradores de energia fotovoltaica, placas solares e inversores, de modo que o nosso passe a gerar energia limpa, seja cliente pessoa física, pequeno comércio, indústria ou agronegócio. Temos um crescimento muito importante nessa linha, 88% de crescimento nos últimos anos doze meses.

Nós também criamos um Comitê Sustentabilidade para que possamos ter uma ação transversal dentro da nossa estrutura do Banco. Essa Gerência de Sustentabilidade é



ligada diretamente a mim - a Presidência, de modo que eu acompanho para que consigamos acelerar nosso processo de levar a agenda transversal a todas as áreas do Banco.

Passaremos ao slide nove. Nós continuamos com uma imensa prioridade no agronegócio, inclusive porque o agronegócio tem uma importância muito grande na economia gaúcha. Em junho deste ano, nós lançamos o maior Plano Safra da história do Banrisul, disponibilizando R\$ 5,2 bilhões em crédito, um crescimento de 27% em relação ao ano anterior, no qual 50 mil produtores serão beneficiados.

Nós temos hoje 350 agências com atuação especializada no agronegócio, temos 100 agências que tem espaços dedicados ao crédito rural e; temos também o Programa AgroInvest 4.0 para financiar novas tecnologias no segmento agro.

Devemos destacar a excelente qualidade de crédito que a nossa carteira de crédito rural tem. A nossa inadimplência de Pessoa Jurídica acima de 90 dias está em 0,5%, níveis mais baixos do que a nossa baixíssima inadimplência já na nossa carteira *overall*.

Passamos ao slide número 10. Em virtude dessa trajetória comercial do 1S21 que mencionei antes com a surpresa do recrudescimento da pandemia que alterou a nossa forma de atuação comercial no 1S21, estamos refazendo aqui as nossas estimativas do nosso *Guidance* e revisando a projeção da carteira de crédito de 10% a 15% de crescimento do ano como um todo de 7% a 12%.

Estamos também revendo a nossa provisão de crédito estimada de 3,5% e 4,5% para 2% a 3% dado o excelente desempenho da nossa carteira de crédito. E também estamos revisando o nosso índice de eficiência para 54% ou 59%.

Passamos ao slide 11. Nos nossos destaques dessa apresentação, temos nosso resultado de R\$ 281 milhões, o resultado ajustado, um crescimento trimestre contra trimestre de 135%. A nossa carteira de crédito tem um crescimento de 2% na base doze meses com R\$ 36,6 bilhões.

A nossa inadimplência está em um nível extremamente baixo, reflexo da qualidade excepcional da nossa carteira. Então, temos uma inadimplência de 2.2% acima de 90 dias. Isso reflete no índice de cobertura 90 dias com 327% maior índice de cobertura de bancos de varejo do Brasil.

Também destacamos a queda das despesas de pessoal de 7% em doze meses, derivado do PDV que foi feito no final do ano passado. Também destaco o crescimento de 5% na base doze meses da carteira de crédito consignado. E também, a nossa captação alcançando R\$ 65 bilhões, uma sólida captação, crescimento de 4% também na base doze meses.

Passamos ao slide 13. Olhando os nossos números, temos um crescimento trimestre contra trimestre na base doze meses de 135% do lucro, semestre contra semestre um crescimento de 49%. Temos um ROAA de 1,2% em linha com os principais bancos de varejo do Brasil; e o ROAE é de 13% no 2T21.





A margem financeira segue caindo um pouco nos ativos rentáveis, era 13,1% e está em 12,6% e a margem financeira composta caiu de 5.60% para 5.20%, parte pelo crescimento da carteira parte pela subida do NIM de Tesouraria com a subida da SELIC de 0,29% para 0,41%.

Esperamos que com o crescimento da carteira que esperamos para o 2S21 consigamos reverter essa pequena escorregada para baixo que está acontecendo na margem financeira dos ativos rentáveis. Esperamos também que a NIM da Tesouraria comece a subir devido ao crescimento da taxa Selic.

Passamos ao slide 15. A captação continua sendo um passivo que é um ativo do Banco, a captação tem um custo baixíssimo 88% do CDI e também muito diversificada com 65% da captação sendo de pessoas físicas. Então, temos uma captação excelente que nos proporciona segurança e custos adequados para seguirmos no crescimento da carteira de crédito.

Passamos ao slide 16. Com relação ao pilar de eficiência temos uma queda de custo semestre contra semestre, custo total administrativo de 1.7%. Decompondo, isso é uma soma da queda de 10% do custo de pessoal. O crescimento de outras despesas administrativas foi de 5% em doze meses.

Essa subida, só destacar, ela é inferior obviamente ao IGPM, e também ao próprio INPC e IPCA do período, ou seja, isso reflete em um grande esforço nosso de conter os custos para que eles não saiam do controle e, consigamos ter uma rentabilidade maior, aumentando nossa receita, com o custo controlado, achamos que a receita alcançará ótimos resultados.

As receitas de tarifas de serviços já apresentam 5,4% de crescimento em doze meses. Estabilidade, quando olhamos em doze meses, semestre contra semestre. A despesa de pessoal sendo coberta com folga pela receita de tarifa. Então, a receita de tarifa e serviços alcançam já 106% das despesas de pessoal, desta forma já voltando para o patamar que desejamos.

Passamos ao slide 17. A nossa carteira de crédito teve crescimento de 2% na base doze meses. Destaco aqui a solidez da nossa carteira, é uma carteira que 60% é de pessoa física, desses 80% são créditos consignados, créditos com excelente garantia que contemplam INSS, Estados e Municípios, uma carteira muito sólida.

Compondo a carteira também temos R\$ 4 bilhões em crédito imobiliário, todo ele com garantias de imóveis. O crédito rural compondo 10% da carteira, muito sólido. Já vimos no slide anterior que o NPL de 90 dias em torno de 0,5%.

Então, temos bastante confiança de que temos uma carteira com risco muito baixo, uma carteira sólida que nos permite um crescimento em bases muito positivas.

Sobre a repactuação que fizemos no ano passado, do lado esquerdo do slide tem uma abertura. Permanecem R\$ 208 milhões do que foi repactuado em junho de 2020; 72% do que foi repactuado já foi pago.



O NPL dessa carteira está em R\$ 9,5 bilhões, o que significa 4,6% deste saldo, mas se considerarmos os custos que foram repassados foram em torno de R\$ 744 milhões podemos dizer que a inadimplência, se confirmarmos o principal liberado lá atrás. Então, está muito sobre controle e só restam 28% do que foi repactuado que já está em amortização.

Vamos ao slide 18. Aqui temos uma luz com mais detalhes da carteira de consignado que cresce 5% em doze meses, como já comentei. No caso das agências do Banrisul, elas originaram em doze meses, 9,7% de crescimento dessa carteira. Então, o índice é positivo da Rede de Agências.

E no canal de correspondente bancário ficou em relativa estabilidade com um crescimento de 0,3% em doze meses, o que dá um índice de 5% da carteira do consignado. Destaco aqui o que já comentei, metade dessa carteira é base INSS, um terço é estadual e, os demais são municípios.

Vamos aqui ao slide 19. Aqui na questão da provisão de crédito, temos mais uma visão da excelente performance da nossa carteira em termos de inadimplência. Temos aqui um índice de provisionamento de 7,3%, o mesmo índice desde o último trimestre de 2020.

Também despesas em provisão da carteira caindo em consonância com a qualidade da carteira, 2,9% de despesas de provisão em doze meses. Temos aí também uma provisão excluindo os créditos recuperados de baixo prejuízo de R\$ 147 milhões feitos nesse trimestre.

No slide 20, mais uma visão da qualidade da carteira. Temos aqui um índice de inadimplência de 90 dias de 2,2%, um índice baixíssimo, um dos mais baixos da indústria. Assim como o índice de cobertura de 90 dias de 327% de cobertura de provisão sobre a inadimplência de 90 dias, também provavelmente o maior da indústria do banco de varejo no Brasil no momento.

Isso é um indicador excelente de carteira, o maior que temos, uma carteira muito sólida que nos dá uma base para que possamos empreender um crescimento nesse próximo semestre. Aqui também tem uma visão de quão diversificada é a nossa carteira. Temos os 81 maiores clientes que tem basicamente 9% da carteira como um todo.

Aqui tem o *breakdown* de cada etapa o que mostra que a nossa política de sair do segmento *large corporate* e nos concentrarmos no *middle* e no varejo é muito acertado no sentido que conseguimos na diversificação do risco e acabamos alcançando então índices de inadimplência muito baixos e que de certa forma estão em consonância com a nossa política de diversificação e de foco no varejo.

Slide 21, por favor. Por último, falamos sobre o nosso capital, sobre o índice Basileia, temos um índice muito confortável, com muito espaço para crescer. A nossa carteira de crédito tinha um índice muito confortável, mesmo no capital principal com 14,8%. Assim que o Banco Central aprovar o uso da nossa captação de *bonds* subordinados feitos em janeiro desse ano, com um capital de Nível II teremos um índice Basileia de 18% E





mesmo sem usar essa possibilidade, temos um índice muito baixo, 14,8% é um índice muito confortável para que possamos empreender o crescimento da carteira de crédito.

Então, olhando para frente, nós tivemos várias avenidas de crescimento, lançamos as bases para o crescimento, temos capital muito confortável, temos uma carteira atual construída sob base sólida e podemos crescer nestas mesmas bases. Então, estamos muito otimistas de que possamos alcançar esses resultados.

Acho que é isso. Agradeço a todos. Agradeço especialmente aos companheiros de Diretoria, agradeço a equipe de colaboradores do Banrisul pela dedicação, especialmente nos momentos mais difíceis da pandemia. A dedicação ao trabalho, ao atendimento, a manutenção dos nossos serviços.

E agradeço a todos pela participação nessa áudioconferência. Obrigado.

**Tiago Yushida, Bank of America:**

Bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. A minha questão aqui é com relação ao crescimento olhando para a frente, tanto para o 2S21 quanto para 2022. Então, eu gostaria de mais detalhes com vocês com relação ao crescimento da carteira. Quais linhas dentro do segmento de Pessoa Física, vocês estão enxergando um crescimento mais robusto, são em linhas que apresentam um maior *spread*, um maior risco também? Até porque, como a inadimplência está bem controlada, a cobertura está bem alta, imagino que vocês poderiam dar um ritmo mais robusto e ter um maior *spread* para recuperar o crescimento de margem.

E também, *fees* mostrou uma recuperação de crescimento quando comparamos ano contra ano no 2T21. Gostaria de entender como está a cabeça de vocês olhando para frente em *fees*, tanto em termos de crescimento quanto em termos de quais linhas o nível de *fees* deve apresentar uma performance melhor. Obrigado.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Obrigado pela pergunta. Eu preciso fazer uma retrospectiva para entendermos o que estamos fazendo para frente e porque estamos confiantes no crescimento. Primeiro, como mencionei, a questão da dificuldade de atendimento na Rede de Agências que tivemos no 1S21.

Isso fez com que o nosso crescimento de carteira ficasse muito prejudicado. Só para ter você ter noção, nós só podíamos ter na agência, 25% do quadro que normalmente tínhamos. Ao invés de ter quatro funcionários tínhamos um.

Então, uma agência que tinha 20 funcionários passou funcionar com cinco. Isso prejudicou sobremaneira a nossa capacidade comercial de venda, o que não ocorre nesses 2S21. Essa é a primeira coisa.



Segundo, durante boa parte do 1S21, estávamos atendendo todos os nossos clientes por agendamento, o que fazia com que houvesse um grande represamento no atendimento aos clientes.

Então, se ele não conseguisse agendar, não era atendido. Porque também não podíamos admitir aglomerações nas agências porque tínhamos pouca gente para atender. Isso também não ocorre mais. Hoje, o nosso atendimento é 100% do fluxo de operação de agendamento.

Por último, fizemos internamente alguns ajustes no nosso sistema de incentivo e de remuneração variável, de curto prazo, que alinham mais as metas corporativas do Banrisul aos incentivos que eles receberão de renda variável, os vendedores, no curto prazo. Então, isso é um forte mecanismo para exigir.

Agora sobre as avenidas que achamos que são de crescimento, são as mesmas linhas que já operamos e temos solidez e suas garantias. Acho que queremos crescer também nos objetivos, nas metas, queremos crescer em consignado, crescemos no agronegócio e crescer também no crédito imobiliário.

Não sei se você está falando de Pessoa Física. Se você pegar o agronegócio, muitos produtores rurais que temos são Pessoas Físicas. Temos também obviamente Cooperativas e Pessoas Jurídicas no agronegócio, mas a grande parte é Pessoa Física e que possibilita então, nesses casos, um *cross-sell* com esses clientes.

Na medida em que estou fazendo um crédito para investimento, para custeio ou para comercialização do agronegócio posso vender cartão de crédito, seguro, consórcio e por aí vai.

No consignado, você pode vender seguro, seguro prestamista e outros tipos de coisas. Então, também acreditamos que temos uma avenida para fazer *cross-sell*, se for do interesse do cliente e se for adequado para ele adquirir.

Na área de imobiliária, hoje, somos muito competitivos considerando os nossos concorrentes, a indústria de financiamento imobiliário. Achamos que isso é uma porta de entrada importante de manutenção com o relacionamento com Pessoa Física, tem um *spread* razoável, ao mesmo que possibilita uma abertura para o *cross-sell* que alavancaria o nosso retorno.

Basicamente são essas as ações que estamos tomando para que consigamos retomar a agenda de crescimento para que a gente aumente nossa rentabilidade.

**Tiago Yushida:**

Está ótimo. Obrigado.

**Guilherme Nunes, Condor Insider:**



Olá, pessoal. Tudo bem? Gostaria de tirar algumas dúvidas, principalmente referente a se tem ideia sobre previsão sobre distribuição adicional de dividendos quando da conclusão da possível operação com a Banrisul Cartões?

E, como vocês estão vendo a questão da pressão da receita de tarifas, principalmente com a oferta dos bancos digitais? Obrigado.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Obrigado pelas perguntas. No caso da Banrisul Cartões fizemos os Fatos Relevantes que JP Morgan já está fazendo um estudo para decidir se segue para frente com a transação ou não. Não temos nada para anunciar.

Então, fica difícil fazer qualquer conjectura uma vez que eu não sei nem se a transação sairá, e se sair, em quais moldes. Então, se ela sair, obviamente será liberado pelo órgão estatutário ou Assembleia que deliberará. Enfim, não sei o que será feito.

Nesse momento, não tenho nenhuma informação ou ilação quanto a isso. Uma vez que ela saia, nós analisaremos e os órgãos estatutários tomarão as decisões. Mas aí não tenho muito o que falar.

Agora, na receita de serviços e tarifas, como está na apresentação, se você olhar na base trimestre contra trimestre em doze meses tem um crescimento de 5% e na comparação semestral está praticamente estável.

A nossa receita tem uma posição sempre quando alguém está oferecendo um produto de forma subsidiada, que essa é a palavra, quando o custo existe, então sempre terá esse efeito. Mas eu diria que por enquanto, ainda não é um efeito muito grande.

Talvez isso esteja acontecendo e tenha muita gente, provavelmente tem duas contas. Tem a conta no banco que usa, que é o banco principal e já que é de graça, tem uma conta no banco digital também. Então, não sei se é isso que está acontecendo. Temos que pesquisar.

Mas o fato é que não temos uma posição muito forte nesse sentido não. Haja vista até a relativa estabilidade semestral da nossa receita de tarifas.

**Guilherme Nunes:**

Perfeito, muito obrigado.

**Gustavo Schroeder, Bradesco BBI:**

Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade. Eu farei duas perguntas aqui também. Com relação ao *Guidance*, vocês melhoraram a estimativa para custo de crédito.

Eu queria entender se isso é baseado em uma expectativa de inadimplência sob controle ou se vocês estão considerando uma redução de provisão dentro desse *Guidance*, o que levaria provavelmente a uma queda no índice de cobertura.



Eu gostaria só de entender essa dinâmica, como podemos pensar se vocês conseguem melhorar o custo de crédito ou porque vocês pretendem fazer reversão de provisão e o índice cobertura cair?

A segunda pergunta é relacionada ao índice de eficiência. Vocês deslocaram o range para cima, e eu gostaria de entender se isso é um efeito vindo de aumento de despesas ou se seria uma receita, um NII mais fraco dado uma redução da estimativa de crédito.

Eu queira entender nessa equação do índice de eficiência, qual variável está levando a esse possível aumento no índice de eficiência. Obrigado.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

O Marcus Staffen falará sobre inadimplência, depois eu volto para falar sobre índice de eficiência.

**Marcus Staffen:**

Bom dia a todos. Na verdade, a o limite do *Guidance* é muito mais para refletir o comportamento da nossa carteira já no 1S21. Se pegarmos o índice de provisão de doze meses ele já enquadrado dentro dessa nova dinâmica da carteira, 2,9%.

E, mesmo se pegarmos só o realizado no semestre fica abaixo de 2%. Então, naturalmente, sem nenhum outro efeito mais brusco de provisão, nenhuma constituição adicional já tem a realidade do nosso índice de crédito e de provisionamento dentro dessa nova faixa de *Guidance*.

Não esperamos nenhum ajuste, mais houve simplesmente uma convergência para uma nova realidade.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Quanto ao índice de eficiência tem a parte da frustração do crescimento derivado dos problemas que já mencionei no 1S21. A despeito de termos confiança, achamos que cresceremos no 2S21, mas não temos uma visão de que esse crescimento do 2S21 compensará integralmente o que eles chamam de não crescemos nesse semestre.

Por isso, que revimos o *Guidance* da carteira total já considerando esse efeito. E também pelo efeito do crescimento de custo de pessoal, no sentido que se tem aí um dissídio coletivo com validade de dois anos para a categoria de bancários, vale para todos o sistema bancário, não só para nós que prevê INPC +0,5% de reajuste a partir de setembro.

Isso o INPC está em níveis muito altos, então isso terá impacto vegetativo no custo de pessoal, no sentido que ele é reposição da inflação, mas inevitavelmente ela vai impactar. É basicamente isso:

**Gustavo Schroeder:**



Perfeito. Se eu puder fazer só um *follow up* na questão de provisões e qualidade de carteiras. Se eu entendi então, vocês estão assumindo que com o número de inadimplência que vocês apresentaram já coloca para baixo o custo de crédito. Então, eu entendi que vocês não esperam um aumento na inadimplência. Seria isso?

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Não estamos esperando um aumento da inadimplência. Ela está sob controle. Até porque, como já mencionei antes, a nossa carteira é muito sólida no sentido de que ela tem garantias muito líquidas. Grande parte dela é consignado, que por definição é líquido. Então, temos a convicção de que teremos uma inadimplência em níveis muito baixos e sob controle.

E, lembrando que, nesses dois anos nós fizemos final do trabalho que começou na administração anterior que era sair da carteira de *large corporate*. Então, estamos hoje basicamente com uma carteira diversificada de varejo.

**Gustavo Schroeder:**

Perfeito. Ficou claro. Muito obrigado.

**Thiago Paura, BTG Pactual (webcast):**

Pessoal, bom dia. Poderiam comentar sobre a intenção do Banco de vender/monetizar sua operação com a Vero? Há alguma atualização nesse sentido?

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Não tem nenhuma informação que não tenha sido divulgada no Fato Relevante.

**Yuri Fernandes, JP Morgan:**

Eu tenho uma pergunta sobre o PIX. Se vocês puderem falar um pouco sobre como vocês tem visto o PIX afetando o negócio de vocês. Nós deveríamos nos preocupar com a última linha? Qual é o impacto disso? Para poder entender vocês poderiam passar um overview do impacto disso e não sei se isso é uma preocupação para vocês.

A minha segunda pergunta é sobre crédito. Nós vemos esse agro indo bem. Acho que as partes importantes vocês já comentaram sobre risco, no Consignado tudo bem. Mas de maneira geral o que tem sido a dificuldade para crescer, algum índice de risco? A postura quanto a carteira de crédito no 1S2021 está muito clara. Mas olhando para frente, o Banco deveria voltar a crescer em outras linhas olhando mais para frente? Obrigado.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Responderei a parte do crédito, mas depois se você puder repetir a parte do PIX, por favor, porque eu não entendi.



Na parte do crédito, como eu já mencionei, não temos uma dificuldade específica de crescimento do crédito. No primeiro semestre, tivemos um problema pontual que espero que não se repita, que era a questão da pandemia e das bandeiras pretas no Estado.

Aqui, mais de um mês, dois meses quase, ficou tudo fechado. Na bandeira preta, fechava quase tudo, não podíamos atender. Foi algo muito e as nossas agências com 25% do quadro (de colaboradores). Então, isso prejudicou sobremaneira a distribuição de produtos nossos.

Agora, grande parte disso já foi revertido. Só mesmo o grupo de risco permanece no trabalho *home office*, no caso das agências. Então, acreditamos que encerrando o atendimento por agendamento, com as nossas equipes completas, com o alinhamento dos incentivos aos nossos objetivos, acredito que tenhamos carta de crédito para voltar a andar como já andamos no passado. Não tem nada diferente nesse momento que faço com que ela não ande. Então, acreditamos que ela crescerá.

Agora se você puder repetir a pergunta do PIX, eu não entendi.

**Yuri Fernandes:**

Não, era só para dar uma análise qualitativa sobre como vocês veem o PIX afetando o negócio de vocês. Porque acho que uma das preocupações que temos hoje, o primeiro risco é a questão das tarifas de contas correntes. Você tem um cliente seu pagando uma tarifa de serviços e um dos motivos pessoal que pagamos uma cesta de serviços é porque ele que ter TED e um DOC de graça.

Se você tiver o PIX de graça, você perde um pouco nessa questão do valor. Então, talvez ao longo do tempo, tenhamos um risco de tarifas de conta correntes. Esse é o risco A.

O risco B é a questão de P2P. Você está usando o PIX para pagar negócios, para pagar *merchant*. Então, acho que na segunda derivada do risco PIX poderia ser, eventualmente, vocês ter menos intercâmbio na sua instituição.

Então eu estou pensando, como você tem visto o PIX afetando essas outras linhas de negócio? Uma análise qualitativa Coutinho, para entender se vocês estão preocupados com isso e se teve algum tipo de impacto negativo nesses outros produtos de vocês?

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Responderei sobre o PIX e a adquirência. Estávamos preocupados que o PIX poderia tirar muita receita do nosso débito à vista. Existe o débito a prazo, que é o Banricompras. Mas felizmente até o momento, não teve nenhum impacto relevante nisso, até para nossa surpresa.

Nós discutimos acompanhando, mas até agora não há nada de digno de nota em termos de perda de receita. Passando do débito a vista para o PIX. Passarei ao Marcos para que ele responda a segunda parte.





**Marcus Staffen:**

Sobre a redução de tarifas é um pouco interessante. Nós temos uma nítida e clara adesão dos clientes ao PIX. Em pouco mais de 6 meses, nós vimos a quantidade de transações crescendo e crescendo muito rápido. Em números de junho, o PIX corresponde a quase 80% do total de transações com as 20% sendo TED e DOC. Mas no volume, ele só corresponde 18%.

Então, temos um nítido crescimento na quantidade dada a facilidade e a comodidade que o PIX representa. O impacto em tarifa é interessante. Mesmo com todo esse crescimento, não vemos uma redução efetiva na quantidade de TEDs e DOCs.

Então, o que cresceu foi a quantidade de transações em si. Hoje, as tarifas de TED e DOC correspondem a R\$ 3 milhões no mês. Tiveram uma pequena queda, mas nada que represente uma tendência mais clara.

Acho que o tempo mostrará, mais ainda está interessante. Ainda não estamos sofrendo nessa linha de *fee*.

**Yuri Fernandes:**

Maravilha. Obrigado, pessoal.

**Mateus Raffaelli, Itaú BBA (webcast):**

Bom dia pessoal, poderiam por favor comentar sobre o impacto das recuperações de crédito no trimestre e se já podemos esperar uma queda nos *spreads* nos próximos trimestres dado o *mix* da carteira e a tendência nos custos de captação. Obrigado.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Obrigado pela pergunta. Pedirei que a primeira parte de crédito, o Diretor de Crédito, Osvaldo Lobo, responder e a segunda parte sobre os *spreads*, o Diretor do Financeiro, Marcus Staffen, responder. Por favor, Osvaldo.

**Osvaldo Lobo:**

Por favor, eu não ouvi direito a pergunta. Tem como repetir, por favor?

**Mateus Raffaelli:**

Poderiam por favor comentar sobre o impacto das recuperações de crédito no trimestre e se já podemos esperar uma queda nos *spreads* nos próximos trimestres dado o *mix* da carteira e a tendência nos custos de captação

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Osvaldo, sua parte é sobre o impacto das recuperações de crédito no trimestre.



**Osvaldo Lobo:**

A carteira de crédito que nem foi mencionada, está com uma esteira super bem controlada. O desempenho dela e a inadimplência esperada tem acontecido melhor que o esperado. Não existe reversões esperadas nas provisões e o que nós esperamos é que com o crescimento da carteira, vamos manter o nível de cobertura satisfatório e melhorando ainda mais a rentabilidade do Banco.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Ok, passarei ao Marcos para que ele fale sobre *spread*.

**Marcus Staffen:**

Matheus, acho que a questão do impacto do *spread* pelo *mix* não devemos esperar nada diferente do que é a tendência atual, ou é o comportamento atual da nossa carteira, visto que imaginamos um crescimento focado em consignado, em pequena e média empresa e no imobiliário e rural.

Então, pelo *mix* eu não esperaria nenhuma diferença e nenhum impacto, até porque o mercado de consignado sobretudo vem mantendo uma tendência de preço e não tem nenhuma modificação mais forte nisso.

Na questão de custo de captação, eu já havia comentado isso nas últimas conferências e nas próprias interações com o mercado. Tem um impacto claro de curto prazo com o aumento da Selic. Esse impacto deve persistir ainda no próximo ou nos próximos trimestres.

Mas à medida que a carteira for crescendo e tiver um giro natural, o movimento de reprecificação natural que já vem ocorrendo desde o início do ano, ele tende a ter efeito.

Então, eu diria que no médio prazo, qualquer pressão de *spread* é recuperável. Então, eu não veria isso como um grande desafio para o médio prazo.

**Operadora:**

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra ao senhor Cláudio Coutinho para as suas considerações finais.

**Cláudio Coutinho Mendes:**

Bem, gostaria de agradecer a presença de todos os *stakeholders* do Banrisul, os parceiros, os nossos clientes que nos deram sua confiança, a todos os colaboradores e todos os acionistas a confiança.

Agradeço a todos e dou por encerrada essa audioconferência. Muito obrigado.

**Operadora:**



Agradecemos a participação de todos, e tenham um bom dia.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de Relações com Investidor (e/ou institucional) da respectiva Companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”