

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 4T20
Bradesco
04 de fevereiro de 2020

Operador – Bom dia, senhoras e senhores, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência sobre os resultados do Bradesco no quarto trimestre de 2020. Esta teleconferência está sendo transmitida pela internet, no site de relações com investidores do Bradesco, no endereço banco.bradesco/ri, onde poderá ser encontrada a respectiva apresentação para download. Informamos que há tradução simultânea para o inglês. Todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a teleconferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando “*0”. Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria, bem como em informações atualmente disponíveis para a organização. Considerações futuras não são garantias de desempenho: 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 da empresa e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Agora, passo a palavra ao senhor Leandro Miranda, Diretor Executivo e Diretor de Relações com Investidores.

Leandro Miranda – Bom dia a todos. Bem-vindos à nossa teleconferência de resultados do quarto trimestre de 2020. Contamos com a presença dos senhores Octavio de Lazari Júnior, nosso Diretor Presidente; André Rodrigues Cano, Diretor Vice-Presidente e CFO; Ivan Gontijo, Diretor Presidente da Bradesco Seguros; e Carlos Wagner Firetti, Diretor de Relações com Mercado. Octavio, é com você.

Octavio de Lazari Junior – Obrigado. Bom dia a todos, minhas amigas, meus amigos. Espero que todos estejam bem, com saúde, é o que mais precisamos agora. Bem-vindos à nossa teleconferência de divulgação de resultados do quarto trimestre. Iniciamos aqui pelo slide 2, eu não pretendo fazer uma retrospectiva de 2020. É de amplo conhecimento de todos o quanto o ano foi difícil e o impacto que a pandemia teve sobre nossas vidas, sobre as nossas famílias e na economia. Mas preciso agradecer, sem dúvida nenhuma, a todos os colaboradores do Bradesco pelo empenho, pela dedicação e a superação que apresentaram. E ao Conselho de Administração na pessoa do Sr. Trabuco, pelas orientações e pela confiança. Posso dizer que em termos da performance do Bradesco, o ano foi aquém do que prevíamos um ano atrás na divulgação dos resultados do quarto trimestre de 2019.

Mas com absoluta convicção, foi muito melhor do que imaginávamos que seria logo depois do início da pandemia. 2020 foi um ano de muito aprendizado, de quebra de paradigmas e de lições que mudaram a forma como fazemos negócios. O home office veio para ficar, a digitalização das nossas operações se aprofundou, os hábitos dos clientes mudaram e nós – mais uma vez, aliás, uma constante em nossa história – nos adaptamos a esse novo cenário. Infelizmente, a pandemia não acabou. Ainda tem um custo terrível em termos de vidas e sofrimento, mas acreditamos que nos próximos meses, com o aprofundamento da vacinação, veremos uma importante redução no número de casos e vítimas. Em relação à economia, vemos ao longo de 2021 uma consolidação das condições econômicas. O aumento de números de casos de COVID tem trazido maiores restrições à atividade econômica, mas acreditamos que o aprendizado com a primeira onda deve levar a impactos menores sobre a economia, do que tivemos no início da pandemia. Acreditamos que os novos estímulos fiscais serão menores, evitando maiores deteriorações das contas públicas e dos preços dos ativos. Com a aceleração da inflação, o Banco Central deve iniciar a elevação dos juros nos próximos meses. Diante desses fatores, a forte retomada do emprego, a renda, indústria, comércio – perdeu tração. Mas com pouco impacto sobre nossa expectativa para o crescimento do PIB em 2021.

Indo direto agora no slide 3, dos destaques financeiros do quarto trimestre, nós apresentamos um resultado bastante significativo no quarto trimestre. Um lucro de 6,8 bilhões e que representa um ROE de 20% no trimestre. A carteira de crédito expandida cresceu 3,4% no tri, e 10,3% na comparação anual. Fechamos 2020 com um Índice de Basiléia nível 1 de 13,8%, o que consideramos muito confortável, representando uma expansão de 90 bps no trimestre e 50 bps comparado com dezembro de 2019. Tivemos um ótimo desempenho em redução de custos, um destaque agora no quarto trimestre, com uma redução no trimestre frente ao ano anterior de 9,3%, fazendo com que o IEO no trimestre fechasse em 44,6%. O melhor dos últimos 10 anos, acumulando uma queda de 3,7 pontos percentuais.

Indo para a página 4, onde falamos sobre o nosso DRE, a Evolução Operacional, tivemos um resultado bem equilibrado no trimestre, com várias linhas mostrando um bom desempenho. A margem financeira cresceu 9% no trimestre e 8% na comparação anual, ajudada por um significativo desempenho na margem com o mercado, mas também um forte crescimento, um bom crescimento trimestral na margem com clientes. Nossas despesas de PDD se reduziram novamente no tri, caminhando para uma normalização. As receitas de prestação de serviços cresceram 7,3 no tri e a queda anual desacelerou para 1,3. Como já falei, tivemos um ótimo desempenho de custos, o melhor deles, fruto dos ajustes que fizemos ao longo do ano de 2020, e nós vamos detalhar isso, essas linhas, nos próximos slides.

Caminhando para o slide número 5, falando de Captação de Recursos, as captações continuaram a evoluir positivamente, os recursos de clientes líquidos de depósitos compulsórios, cresceram 3,3 no quarto trimestre, e na comparação anual apresentaram evolução de 38%. Em 2020, nós tivemos captações líquidas da ordem

de 158 bilhões. Com essa evolução, o nosso índice crédito sobre captações fechou o ano em 82%, o que indica o nosso alto grau de liquidez.

Caminhando para a página 6 agora, falando sobre a carteira de crédito. Tivemos um crescimento em 12 meses de 10,3 na carteira total, o crescimento anual foi de 5,6 em grandes empresas, 18,7 em PMEs, e na pessoa física crescemos 11,7. O destaque do crescimento em 2020 foi a linha de crédito imobiliário com expansão de 33,6%, a linha de PME, de pequenas e médias empresas, cresceu 18,7, e o crédito consignado, 10,6%. A originação de crédito continuou a expandir-se no trimestre, na comparação anual, já observamos crescimento no caso da PF. Entramos em 2021 com maior apetite para crédito, com ajustes em nossos modelos, que devem permitir maior originação sem aumento significativo de risco. Assim, esperamos um bom crescimento da carteira em 2021, e nós vamos falar isso daqui a pouco, a respeito do guidance.

Falando agora na página 7, sobre a provisão para riscos, nossas despesas de PDD expandida totalizaram em 2020 25,8 bilhões, 11,4 bilhões maior que 2019. No trimestre tivemos uma nova redução, atingindo 4,6 bilhões, ou 2,7% da carteira de crédito, que comparado com 5,6 bilhões ou 3,4% da carteira no terceiro tri. Essa redução ocorreu apesar do aumento de impairments para 1,440 bilhões, ou 871 milhões acima do terceiro tri, devido a um caso específico de uma empresa específica de um setor específico, que todas as senhoras e os senhores já sabem de quem nós estamos falando. Vemos as nossas provisões em patamares muito confortáveis, considerando a nossa expectativa de perda esperada.

Indo para a página 8, falando sobre inadimplência. O índice de inadimplência acima de 90 dias continuou bem comportado, apresentando uma redução de 10 bps no trimestre, devido principalmente à queda em PF, enquanto as PMEs e grandes empresas permanecem estáveis. Esse bom desempenho deve-se à boa qualidade das safras pré-pandemia, à boa evolução da saúde financeira dos nossos clientes com as prorrogações e às renegociações de crédito realizadas em 2020. O índice de 15 a 90 já mostra sinais do aumento de inadimplência, o que era absolutamente esperado, o índice total subiu 50 bps. Acreditamos que o aumento de 15 a 90 vai começar a impactar o índice acima de 90 dias nos próximos trimestres. No entanto, nós temos uma visão muito tranquila quanto à dimensão desse aumento e consideramos, com absoluta convicção, que as nossas provisões são mais do que suficientes para essa expectativa de perda e vemos esse pico de inadimplência lá para o segundo ou terceiro trimestre, mas em patamares não muito acima do nível pré-pandemia. Estamos muito tranquilos.

Na página 9, falamos sobre o NPL Creation. Tivemos uma elevação nesse nível de NPL no trimestre, atingindo 3,7 bilhões, e a nossa PDD Bruta no trimestre representou 111% do NPL Creation, que mostra que não precisamos consumir as nossas provisões.

Na página 10, mostrando o índice de cobertura, apresentamos um índice de cobertura no NPL de 90 dias, teve nova expansão, chegando a 403%, bastante confortável, portanto, considerando os segmentos temos cobertura de mais de 260% na PF, mais de 1000% para grandes empresas, e mais de 560% nas PME. O índice de cobertura, que inclui a carteira renegociada, teve uma pequena redução para 118%. Mas eu lembro que as provisões dos créditos na carteira renegociada representam 62% de seu total, ou seja, bem acima das perdas históricas que verificamos nessa carteira.

Na página 11, falando sobre carteira prorrogada. Nós passamos a publicar, nesse trimestre, a carteira prorrogada com um novo conceito: mostrando os saldos contábeis já líquidos das amortizações. Nós acreditamos que essa metodologia permite uma melhor visualização das senhoras e dos senhores da evolução da carteira de prorrogação. A carteira prorrogada totalizou um saldo contábil de 48 bilhões ao final do quarto trimestre, uma redução de 13% frente ao terceiro tri. E esse valor era composto de 41 bilhões em dia, quer dizer, que saíram da carência com pagamento de pelo menos uma parcela, 3,8 bi ainda em carência ao final de dezembro, e destaco que, desse montante, 1,9 bi, ou seja, metade, já saiu de carência em janeiro. E, finalmente, 2,9 bilhões de operações que tiveram prorrogação em algum momento, essa prorrogação acabou e essas operações se encontram com atraso acima de 30 dias. Mas isso representa apenas 0,6 da carteira de crédito total do banco. Acreditamos que o comportamento da carteira prorrogada foi muito bom, foi muito acima das nossas expectativas iniciais, e isso é fruto de um trabalho de boa política de crédito que conseguiu originar safras de alta qualidade nos períodos que antecederam a crise.

Na página seguinte, no slide 12, a gente mostrou na 11 a carteira prorrogada, e agora mostramos a carteira renegociada. Ela cresceu 1,9 bi no quarto tri; 1,7, considerando os créditos ativos, uma desaceleração frente aos trimestres anteriores. O crescimento da renegociação no trimestre é composto principalmente por créditos com atraso menor que 90 dias, portanto, com melhor qualidade de crédito e muito maiores chances de sucesso no recebimento. As provisões para os créditos da carteira renegociada representam 62% da carteira total e o índice de inadimplência dessa carteira renegociada em dezembro era de 7,4, ou seja, muito melhor que o índice histórico que é esse gráfico do meio da coluna do lado direito.

No slide 13, falando de margem financeira, ela apresenta um crescimento de 9% na variação trimestral e 8% na variação anual. A margem financeira com clientes cresceu 3,3% no trimestre, principalmente devido ao crescimento do volume com a NIM estável. A margem com mercado apresentou um forte desempenho nesse trimestre; a NIM total cresceu para 6,4% no quarto trimestre, comparado com 5,9% no trimestre anterior. Já a NIM com clientes ficou estável em 9,2% depois de três trimestres de queda. Esperamos recuperação da NIM com clientes na comparação trimestral ao longo do ano de 2021.

No slide 14 falamos de receita de serviço, que apresentou um crescimento trimestral de 7,3%, bastante bom, e uma queda de 1,3% na comparação anual, desacelerando a queda comparada aos trimestres anteriores. Na visão trimestral, os destaques foram as boas evoluções nas linhas de cartões, de conta corrente, de operações de crédito e de consórcios. Na linha de administração de recursos, ainda está sendo negativamente afetada pela migração de recursos de fundos de renda fixa para depósitos e também a redução das taxas de administração nesses fundos. Temos visto uma melhora em nosso mix de produtos, parte de um processo de ajuste que vai propiciar um melhor desempenho, principalmente no segundo semestre de 2021. Vale destacar, ainda, a boa evolução em 2020 do número de clientes correntistas.

Indo para a página 15, falando de despesas operacionais, um dos nossos destaques. O nosso desempenho em custos foi um ponto forte, ao longo de 2020, mas sobretudo no quarto trimestre de 2020. Nossas despesas pessoal e administrativa apresentaram queda na comparação anual do quarto trimestre de 6,9%, e 5,9% no ano de 2020, e em relação ao trimestre anterior, o crescimento deve-se à retomada de atividade e à própria sazonalidade do quarto trimestre. Mas considerando os custos totais, incluindo outras despesas, há uma queda de 9,3% na variação trimestral e 5,3% em 2020. Esse desempenho é fruto de uma forte disciplina na gestão de custos que adotamos ao longo do ano, ajustando a nossa estrutura, nosso custo de servir e especialmente, a rede de agências, aproveitando as oportunidades geradas pela mudança clara de comportamento dos nossos clientes. Vamos continuar explorando essas oportunidades ao longo do ano de 2020, na gestão de custos, em 2021, e lógico, nos próximos anos subsequentes. Como vocês podem observar nessa coluna da direita, o índice de eficiência operacional atingiu 46,3%, o melhor de 20 anos de organização, o número de agências e PA teve uma redução maior que 1000 pontos de redução, a estrutura de pessoas teve uma redução de 7754 pessoas.

Indo para o slide 16, 2020 marcou uma aceleração nas tendências digitais, com aumento significativo no número de usuários e transações no canal mobile. Esse movimento foi composto por novos clientes, mas também um movimento interessante de clientes tradicionais, que a princípio resistiam ao mobile, mas tornaram-se, praticamente, heavy users do mobile. Tivemos, em 2020, um crescimento de 23% dos nossos clientes mobile, e 15% dos clientes digitais que também já considera internet banking. Assim como nos usuários, também houve aumento significativo no volume de transações. Sob um outro ponto de vista, ao mesmo tempo em que vimos uma redução importante no número de transações nos guichês de caixa, de quase 62% em 2020 e isso veio para ficar, ou seja, nós, em 2018, tínhamos uma média de 272 milhões de transações na boca do caixa, isso caiu para 90 milhões, e agora em 2021 já vem caindo ainda mais. Ou seja, um terço. Então, tem oportunidade, ainda, de redução de custos. Este último movimento em particular permitiu que intensificássemos a racionalização da nossa rede, consolidando agências e usando mais intensivamente os chamados alternativos como as unidades de negócios.

Falando agora, na página 17, do nosso grupo segurador. Trazemos um desempenho em seguros que apresentou uma recuperação de resultado financeiro no quarto tri, relacionado ao aumento do IPCA nesse período e resultado obtido das estratégias de renda variável. Na visão acumulada, a redução do lucro de 31% está relacionada à queda do resultado financeiro, que reflete os indexadores econômicos, especialmente o IGP-M e pelas provisões prudenciais para cenário adverso, e obviamente, o CDI, já que nós temos mais de 350 milhões de ativos administrados na seguradora. Agora, é importante observar que apesar de todas as dificuldades do grupo segurador, por conta da pandemia, há menor contato, o faturamento do grupo segurador caiu 5,1% em 2020. Isso, apesar da pandemia e do funcionamento parcial de alguns canais de distribuição. No resultado operacional, nós tivemos uma redução no trimestre em função da maior sinistralidade. Tal efeito, como nós esperávamos, estava relacionado ao aumento da frequência dos sinistros causados pela retomada dos eventos eletivos na saúde e ocorrências pela flexibilização das medidas de isolamento social. Principalmente, ali nos meses de setembro, outubro e novembro. Também, na saúde, no quarto trimestre, realizamos a transferência de provisão não técnica para cenário adverso de seguros para provisão técnica de longo prazo, aparecendo no consolidado do banco como uma reversão na linha de outras, numa constituição na linha de operações de seguros. Ambas no valor de 632 milhões, e nós mostramos esse ajuste no gráfico acima para os senhores. O nosso índice combinado na visão anual, apesar dos efeitos da pandemia, obteve performance bastante consistente no período, chegando a 85%.

Falando de capital e liquidez agora, no slide 18. Nós tivemos uma boa evolução no nosso capital no quarto tri, o índice de capital principal tier 1 crescendo 90 bps. Temos nossa posição de capital em um nível bastante confortável, o capital principal em 12,7% e o tier 1 em 13,8%. O nosso capital continuará crescendo em 2021, considerando a recuperação do ROE e as nossas expectativas para crescimento do crédito. Isso nos dá flexibilidade em nossa política de gestão de capital para o ano de 2021.

No slide 19, agora, trazemos neste e no próximo slide um dos principais movimentos estratégicos que temos no banco nesse momento. O nosso foco estratégico está centrado na busca do tratamento dos clientes, com propostas de atendimento alinhadas às necessidades e expectativas dos nossos clientes e, por conseguinte, na obtenção da sua fidelização e relacionamento de longo prazo, de uma forma confiante e sustentável. Assim, em 2020, revisamos as estratégias corporativas de relacionamento com o cliente, criamos iniciativas voltadas ao atingimento das suas expectativas em consonância com seu ciclo de vida, com seu ciclo financeiro e proporcionando um aumento no seu grau de satisfação, pela excelência alcançada em todo o relacionamento com a nossa organização. Nesse sentido, nós destacamos duas iniciativas importantes; a primeira delas foi a estruturação do programa corporativo denominado 100% Cliente. Esse é um programa corporativo que vai do mais alto escalão do conselho de administração até a base das nossas agências. O objetivo dele é organizar o nosso modelo de negócio para garantir que o cliente esteja sempre no centro das atenções. Inclusive, ele é acompanhado com métricas

do Net Promoter Score, do NPS. E também a criação da posição do CCO, que é o Chief Costumer Officer, com o objetivo de assegurar que a política de satisfação do cliente seja efetiva dentro da organização. Então agora, a partir do dia 18 de fevereiro nós temos o nosso tradicional workshop de gerentes, que na verdade são gerentes, traders, gerentes de investimentos, bankers, o banco todo. São mais de 12 mil pessoas que a gente passa esse trabalho de reuniões, de definições estratégicas, que ocorrem durante praticamente um mês.

Na página 20, nós falamos aqui do cliente no centro do nosso processo de transformação digital, parte fundamental da estratégia do cliente é essa transformação digital. Criamos nas diversas áreas do banco uma cultura de uso intensivo de dados, que nos apoiam nas diversas decisões de negócios e processos, um melhor entendimento dos clientes com o uso de dados. E daí isso nos permitiu a criação de oferta contextualizada, baseada nas jornadas personalizadas dos clientes e um exemplo claro disso é o caso do crédito no pix, que temos oferecido desde o lançamento. Continuamos também evoluindo na construção de jornadas digitais, com visão ao Omnichannel apoiado em plataformas modernas de decisão e comunicação em tempo real com nossos projetos de Brain e do CRM 2.0. A Bia também continua evoluindo e tem um papel importante na transição de clientes para o mundo digital e no próprio atendimento na nossa rede de agências, com agilidade e eficiência. Nossos colaboradores já estão, em sua maioria, trabalhando em modelos ágil com times multidisciplinares e orientados à jornada dos clientes. Temos evoluído rapidamente em parcerias, agregando serviços, fees e produtos de terceiros em nossa proposta de valor. É o caso de parceiras inéditas, como a Disney, que é uma marca absolutamente conceituada, conhecida no mundo todo. Então temos uma parceria com a Disney para vender os canais de streaming da Disney+, também fizemos a parceria para abertura de conta no nextJoy, uma jornada totalmente diferente, destinada a crianças e adolescentes. E agora, mais recentemente, a parceria com a OLX, para a comercialização de crédito imobiliário e que serão acelerados esse ano até com a entrada do open banking.

Na página 21, falamos sobre outras três verticais, a Ágora, o next e o Bitz. Continuamos a apresentar evolução muito boa nessas três iniciativas. Na Ágora, nós fechamos o ano com 547 mil clientes, um crescimento de 49% em 2020, enquanto a AuC de clientes cresceu 33% no ano, evoluindo a oferta de produtos ao longo de 2020, colocando a Ágora como uma das mais completas ofertas de mercado. Do outro lado, o next evoluiu no seu projeto de segregação do Bradesco. O next já está todo separado, inclusive a parte tecnológica, que foi toda migrada para a cloud, para a nuvem, não tem dependência mais, corporativa, do banco, ganhou independência operacional, fechamos o ano com 3,7 milhões de clientes, agora em janeiro já fechamos com mais de 4 milhões de clientes. Só no ano passado, foram praticamente 2 milhões de clientes novos. O next vai continuar evoluindo, ampliando a sua oferta de clientes, inclusive atuando como marketplace. E finalmente o Bitz, que é a nossa carteira digital e foi lançada recentemente, agora em setembro de 2020 e já tem 218 mil clientes. Esperamos crescer de maneira acelerada em 2021, temos planos

bastante ambiciosos para o Bitz, que oferece aos clientes um produto complementar ao que o next e o próprio Bradesco oferecem.

Na página 22, falamos um pouco sobre a nossa performance ambiental, social e de governança, ESG. O tema ESG tem uma grande importância para o Bradesco, colocando as iniciativas como prioridade, e isso tem se refletido em nossa performance nos diversos índices que avaliam esse tipo de prática. O Bradesco apresentou desempenho acima da média nos principais índices e ratings de ESG, nacionais e internacionais. Tivemos o melhor desempenho entre os bancos brasileiros e a quinta posição entre os mais de 250 bancos globalmente avaliados no índice de sustentabilidade do Dow Jones. Avançamos também no MSCI e no CDP, configurando entre os líderes dessa avaliação, e estamos alinhados no report de práticas e resultados seguindo os frameworks internacionais.

Na página 23, também os destaques das nossas iniciativas. Fizemos a maior emissão de um título ESG por um banco privado brasileiro em 2020, 100% das nossas operações já são abastecidas com energia renovável, o que nos torna uma das primeiras grandes instituições financeiras do mundo a concluir a sua transição energética. Também somos o primeiro grande banco brasileiro a anunciar a neutralização das emissões de carbono nos escopos 1, 2 e 3, o que inclui emissões indiretas. Participamos no PCAB, o programa de colaboração global de instituições financeiras para desenvolver as metodologias de mensuração e divulgação da emissão de gases do efeito estufa em empréstimos e investimentos e, além disso, participamos com o Itaú e o Santander do Plano Amazônia, programa importantíssimo, sobre o qual já falamos anteriormente e tem um pouco de destaque dele para vocês aí, na última coluna do lado direito.

E finalmente, falamos sobre o nosso guidance. Passamos agora para o slide 24. Estamos retornando com o guidance oficial para 2021, apesar da piora das condições da pandemia nesse momento e o aumento das restrições, esse nosso cenário prevê um impacto mais moderado sobre a economia, que ainda cresce 3,6%, a previsão de crescimento do PIB de acordo com o nosso departamento econômico. Por isso, nós nos sentimos confortáveis em prover o guidance, até em respeito às senhoras e aos senhores, a gente entendeu que deveria trazer o guidance de volta. E em geral, esse guidance mantém a coerência com aquelas diretrizes para 2021, que nós apresentamos para as senhoras e para os senhores na divulgação do terceiro trimestre. Nós não divulgamos guidance naquele momento, mas apresentamos uma série de pontos que eram nossa visão para 2021, e esse nosso guidance de hoje reflete um pouco daquelas nossas expectativas. Portanto, esperamos um crescimento da carteira de crédito entre 9 e 13%, a margem com clientes crescendo entre 2 e 6%, e as receitas com serviço entre 1 e 5%. Já a parte dos nossos custos deve ter uma redução entre -5 e -1%. A linha de seguros, que inclui o operacional e o financeiro, um crescimento entre 2 a 6% e esperamos despesas com PDD expandida entre 14 e 17 bilhões. Como complemento, nós podemos dizer que esperamos uma margem com o mercado um pouco menor em 2021 do que em 2020 e a alíquota de imposto de renda, sugerimos algo na faixa entre 32 e 34%. Bom, era isso que eu tinha

para falar para as senhoras e para os senhores. Muito obrigado pela atenção de todos, e passamos agora para a sessão de perguntas e respostas.

Operador – Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Participantes da conferência com áudio em português poderão fazer suas perguntas e os demais participantes permanecerão em modo de escuta. Para fazer uma pergunta, por favor digitem “*1”, e para retirar a pergunta da lista, digitem “*2”. Nossa primeira pergunta vem de Gustavo Schroden. Gustavo, sua linha está aberta, pode falar.

Gustavo Schroden - Bom dia pessoal, obrigado pela oportunidade, parabéns pelo resultado. Eu gostaria de fazer duas perguntas. A primeira é em relação ao guidance. A gente vê um crescimento esperado para a margem com o cliente bem abaixo do que vocês estão projetando para a carteira de crédito, o que indica para a gente uma pressão na NIM. Eu queria entender o que sugere essa pressão na NIM. Seria um stress mais baixo, um mix diferente? Enfim, se puder dar uma explicação para a gente a respeito dessa pressão na NIM, seria interessante. A segunda pergunta é em relação à rentabilidade. Na nossa conta aqui, o ponto médio do guidance indica para a gente um ROE em torno de 17,7%, no ponto médio. Eu queria entender, pensando daqui para frente, se esse seria um ROE sustentável do banco, pós-pandemia, enfim; num cenário mais normal de economia, algo entre 17/18 seria um ROE sustentável para o banco. Obrigado.

Octavio Lazari – Obrigado, Gustavo, pela pergunta. Com relação à primeira pergunta, o nosso guidance de margem vis-a-vis o crescimento da carteira de crédito, tem alguns aspectos aí que são importantes: Se você observar o crescimento da nossa carteira de crédito expandida, você vai ver que nós crescemos muito bem no financiamento da carteira de pessoa física, nós crescemos bem nas PMEs, nas pequenas e microempresas e você precisa ver que nós tivemos um crescimento mais modesto nas grandes empresas, comparativamente, aos outros bancos de mercado. Isso foi uma decisão estratégica, pensada nossa. Porque naquele momento em que se privilegiava a liquidez, a busca por recursos se tornou um produto, digamos assim, muito procurado. Então, nós decidimos privilegiar o spread, privilegiar receita com menos risco. Então isso fez com que nós tivéssemos um crescimento menor em 2020, em relação às grandes empresas. Naturalmente, agora para 2021, a tendência é que os bons negócios nós vamos buscar, e é natural que as operações para grandes corporações tenham um spread menor do que a carteira de pessoa física do que nas carteiras de PMEs. Então, talvez esse seja, um pouco, o resultado disso. Lembrando, também, que um crescimento grande que nós tivemos foi a carteira de crédito imobiliário, que foi uma carteira que nós crescemos bastante, 34%, tanto que ela tem um spread pequeno. E nós crescemos menos na carteira de crédito pessoal. Para 2021, nós vamos retomar esses crescimentos, porque já ajustamos nosso número de credit score, que foram modelos que foram ajustados para aquele momento de pandemia, em que a gente não sabia qual era o cenário que iríamos enfrentar ainda, o tamanho dessa inadimplência, do problema que a gente ia enfrentar. Mas hoje nós já voltamos a operar, principalmente do final do terceiro trimestre, agora para o começo do ano, isso volta à normalidade. Então acho que esse é, um pouco, o mix da

carteira que a gente deve apresentar ao longo do ano de 2021. E com relação ao ROE, veja, nós tivemos um ROE do último trimestre bastante bom, voltando àquilo que foi em 2018, 2019. E se você pegar o guidance que a gente está falando, se você pegar o guidance médio, você vai ter esse número aí em torno de 17 e 18%. É lógico que isso tudo ainda está condicionado ao quanto que a gente vai crescer, mas estamos imaginando aqui um PIB de 3,6, o PIB crescendo em 3,6. E nós entendemos que pela lição de casa, pelo homework que a gente fez aqui com relação a custo, com relação às despesas, à distribuição da nossa rede de agências e a capacidade de crescimento que a gente tem nos nossos diversos negócios, nós temos uma visão de que a gente consegue trazer esse ROE para níveis próximos àquilo que foi em 2018 e 2019, um pouquinho mais, um pouquinho menos, mas já trabalhar com o ROE ao redor disso.

Gustavo Schroden – Está ótimo, Octavio. Só um follow-up na primeira pergunta, então. Se você puder dar um breakdown desse crescimento de carteira, dentro desses 9 a 13%, o que a gente deve esperar, quais as linhas que devem crescer mais, seria bem importante. Obrigado.

Octavio Lazari – Certamente, ela vai crescer mais, a PF, em alguns produtos: crédito imobiliário, financiamento de veículos, consignado e crédito pessoal. Na PJ, em grandes empresas, ela vai crescer, principalmente as operações de câmbio e operações de mercado de capitais, operações de debênture; e PMEs, o crescimento deve ser mais moderado. Vai ser um crescimento bom, mas não deve ser um crescimento tão alto quanto a gente vai buscar na pessoa física e na pessoa jurídica de grandes empresas, porque são empresas que têm uma sensibilidade maior aos efeitos da economia.

Gustavo Schroden – Está ótimo. Obrigado.

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Jörg Friedemann, do Citibank. Jörg, sua linha está aberta. Pode falar.

36:12

Jörg Friedemann – Obrigado pela oportunidade, parabéns pelo resultado. Eu tenho também duas perguntas. Primeiro, em relação à dinâmica de renegociação e prorrogação: a gente viu que carteira prorrogada continua indo muito bem, vocês obtiveram amortizações importantes e como vocês mencionaram, os créditos em atraso da carteira prorrogada, eles não chegam a 3 bilhões de reais. Por outro lado, a gente vê que desde junho de 2020, a carteira renegociada sobe aí aproximadamente 6 bilhões de reais. Então eu queria entender se vocês têm uma migração, e se vocês puderem dar algum tipo de cor sobre essa migração, da carteira prorrogada e da carteira renegociada. Essa é a primeira pergunta. E a segunda pergunta, eu vou voltar um pouco na pergunta anterior, do guidance, mas para entender de uma forma um pouco diferente. Quando eu faço a conta aqui do range do guidance, na minha conta o ponto médio para 2021 ele fica acima, na verdade até bastante acima, em torno de 27 a 28 bilhões de reais, do que o ponto que vocês entregaram em 2019. Mesmo que eu reduza significativamente a margem com o

mercado que não consta no guidance. Eu reduzi mais de 20% até. Eu queria entender se faz sentido essa minha conta, é isso mesmo, o ponto médio do guidance que vocês calculam está em linha, ou se eu estou perdendo alguma outra coisa que pode estar impactando, aí, o meu cálculo. Obrigado.

Octavio Lazari – Obrigado, Jörg, pela pergunta. Com relação à carteira de prorrogação e de renegociação, de fato a gente teve uma surpresa muito positiva, é isso que você observou bem, o quanto tem de inadimplência. Obviamente, a gente até comentou, você tem razão, uma parte dessa carteira prorrogada a gente observou que não adiantava, e constatou com o cliente, que não adiantava prorrogação, que na verdade o cliente precisava de um reperfilamento da sua dívida com um prazo maior e com um pouco de carência, para que ele pudesse retomar o pagamento. Por isso, é que você observa que o índice de inadimplência dessa carteira renegociada caiu de vinte e tanto, vinte e alto, para 7%. Porque você tem uma carteira prorrogada que migrou para essa. Foi pequena, mas é relevante. Mas com uma qualidade de perspectiva de pagamento muito melhor do que você tem com uma carteira renegociada tradicional. Então a gente entende que esses valores que migraram para essa carteira renegociada eram de operações com prazo de vencimento menor que 90 dias, inclusive. Então é isso que dá um pouco de cor para essa carteira, para a gente ter essa expectativa de que nós vamos ter uma inadimplência na carteira renegociada melhor do que a gente já teve no passado, em função da qualidade desses créditos que estão migrando, por outro lado, porque na verdade, não é uma renegociação, vamos dizer assim, no português claro, é muito mais uma carteira reperfilada para dar fôlego para o cliente poder pagar. Então acho que esse é o primeiro aspecto. Agora, Firetti, você pode comentar.

Carlos Firetti – Em relação ao ponto médio do guidance, Jörg, assim, na forma como a gente calcula aqui, ele implica um resultado, como a gente já vinha falando desde o terceiro trimestre, voltando para os patamares de rentabilidade de 2019, talvez até um pouquinho acima. Eu acho que talvez um ponto a se considerar nesse cálculo é que a margem com o mercado foi muito forte, em 2019, e como uma referência para orçamento a gente usa patamares um pouco mais conservadores. Então eu diria que a margem com o mercado vai ser um pouco menor que a margem de 2019, 2020 e acho que talvez seja essa a diferença. Você pode discutir comigo depois, até, para a gente olhar mais em detalhe.

Octavio Lazari – É, mas provavelmente é isso, Jörg, a diferença que está dando entre o nosso cálculo de ponto médio e o seu cálculo de ponto médio é justamente essa diferença com o mercado, porque a gente sabe que vai, pelas nossas posições, a gente vai ter um 2021 de resultado de margem com mercado um pouco menor do que a gente teve em 2020. A se observar, o que vai acontecer nas próximas reuniões do BACEN com relação ao aumento de taxa de juros e em que velocidade e em que volume, em que percentual serão mudadas essas taxas.

Jörg Friedman – Não, perfeito, faz todo sentido. Eu só avantei a possibilidade de eventualmente estar entrando também alguma despesa extraordinária ou alguma

mudança nas despesas tributárias que não constam também do guidance em termos de percentual, mas está superclaro, eu agradeço o esclarecimento. E parabéns, novamente.

Octavio Lazari – Ok, Jörg, obrigado.

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Thiago Batista da UBS. Thiago, sua linha está aberta, pode prosseguir.

Thiago Batista – Pessoal, bom dia a todos, parabéns pelos resultados. Eu tenho duas perguntas, eu vou voltar no guidance de novo, mas focando na parte de provisão. Quando a gente olha o guidance de provisão de vocês, é uma queda bem, bem forte, então vocês poderiam dar um pouquinho mais de cor, das principais tendências que são inputs desse guidance de provisão. Então assim, se vai normalizar a cobertura, se o NPL, você comentou durante o call, Octavio, que o NPL não deve ser muito diferente do que era no pré-pandemia então, assim, os grandes números do que a gente, se tem reversão de provisão adicional, estou vendo os números, o que está implícito nesse guidance de provisão. E a segunda pergunta, sobre o next, vocês falaram de dar o guidance formal, desculpe usar a palavra guidance, mas a indicação formal de expectativa de clientes, quando você olha, ali, o número de adição de clientes continua bem forte, em torno de 500 mil clientes por ano, até ficou um pouquinho acima do guidance, da indicação que vocês tinham, então eu queria só entender um pouco, olhando para frente, do next, se vocês continuam vendo um crescimento forte de clientes next e ver as tendências de como está esse onboarding de clientes no next.

Octavio Lazari – Tá. Com relação a provisão...

Carlos Firetti – Você quer responder sobre o next?

Octavio Lazari – Sim.

Carlos Firetti – Em relação a PDD, o que que a gente considera, assim, primeiro que o que a gente está falando em termos de guidance de PDD está bem consistente com o que a gente falou desde o terceiro trimestre, também. A gente considera que a gente está muito bem provisionado na carteira de... para fazer frente aos efeitos da crise e até, talvez, com mais provisão do que vai ser consumido. Essa provisão, ela vai ser consumida conforme a inadimplência cresce ao longo dos próximos trimestres, e eu diria que nós não consideramos no ponto médio desse guidance nenhuma reversão de excesso de provisão, se sobrar. A gente está olhando muito mais, ali, a tendência corrente dos provisionamentos e consumo da PDD por conta dos atrasos normais, sendo cobertos com a provisão que a gente fez, usando aí o conceito de perda esperada.

Octavio Lazari – Thiago, a gente tem que colocar um pouco de luz aí, você vê que a gente está sendo muito consistente, desde a divulgação de resultados do primeiro

trimestre, com relação à provisão. Nós fomos o primeiro banco a divulgar os resultados do primeiro trimestre, você lembra que nós fizemos uma provisão bastante acentuada no primeiro trimestre, você não tinha uma visibilidade, ainda, do que poderia acontecer com pandemia, e depois no segundo trimestre a gente aumentou ainda mais e até lembro que a gente apresentou para vocês qual foi a metodologia de cálculo que a gente usou para definir qual era essa provisão para evento adverso, considerando o pior, a pior perda esperada nos piores eventos que aconteceram na história para nós, a crise de 2008, crises aqui no Brasil de 2015, 16... e aí no terceiro a gente reduziu, e no quarto a gente reduziu. Então a gente foi mantendo essa consistência de acordo com aquilo que os nossos modelos de perda esperada agravados estavam mostrando. Então a gente procurou sempre manter consistência. Agora para 2021, ele volta para um cenário de perda esperada de provisões dentro de uma normalidade, porque nós fizemos 26 bi de provisão em 2020, dos quais 14 bi, mais ou menos, 12 bi, eram provisões para eventos adversos, né? Então, se você tirar isso, estamos falando de 15 bi, mais ou menos, de provisão normal. Então a gente está olhando para o ano de 2021 já com um cenário de provisão normal, então não tem reversão de provisão, não há nada disso dentro desse guidance que nós estamos passando de PDD para vocês. De fato, é um guidance para provisão normal, porque nós estamos muito bem provisionados e o impairment também já fizemos como já disse para você. Então acho que isso está bem claro, assim, acho que houve bastante consistência ao longo de todas as divulgações de resultado. Com relação ao next, você tem toda razão, a gente fechou com 3,7 milhões, janeiro já batemos mais de 4 milhões de clientes e a expectativa para esse ano aqui é de um crescimento forte, diria para você que 7 milhões de clientes para 2021, para o final de 2021, 7 milhões para cima. Eu diria para você que 7 milhões é um número base que o time do next está trabalhando. Mas eu, nós acreditamos que esse número será maior, entendemos que o next vai crescer mais rapidamente. Por alguns motivos, né, a conta nextJoy está tendo uma aceitação incrível, uma repercussão incrível nas redes sociais, por conta de todo o aspecto de educação financeira que você traz, não é incomum os pais ligarem para nós e perguntarem como é que eles fazem para abrir a conta deles no next também, para eles poderem acompanhar o filho e entrar nessa jornada de educação financeira. Então isso tem uma repercussão muito positiva, então eu acho que essa parceria com a Disney que a gente não precisa nem comentar a qualidade e a marca que a gente está associado ali, e se a Disney fez esse tipo de associação e você sabe o quanto a Disney é criteriosa, se a Disney fez essa associação com a gente é porque de fato, ela viu a qualidade, ela viu a capacidade de crescimento e de bom relacionamento que pode existir entre as duas marcas, Bradesco e Disney. Além disso, todo o programa de mimos que a gente colocou com os nossos clientes, cashback, o marketplace do next, permitindo que o cliente faça diversas coisas, que não só transações bancárias – eu diria para você, caminhando a passos largos para ser um superapp, isso nos dá uma expectativa muito importante com relação ao next, com relação ao nosso banco digital, e acho que foi aposta acertada a gente ter feito um banco digital separado de nosso banco tradicional. Então eu diria para você que a expectativa do next, dentro de uma normalidade, 7 milhões de clientes, mas particularmente nós e o Conselho, Maurício

Minas, que cuida disso lá dentro do Conselho, é que a gente chegue a mais de 7 milhões de clientes no final desse ano.

Thiago Batista – Não, perfeito, bem claro.

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Eduardo Rosman, da BTG Pactual. Eduardo, sua linha está aberta, pode prosseguir.

Eduardo Rosman – Opa, bom dia a todos, parabéns pelos números. Tenho duas perguntas. A primeira é um pouco de follow-up no tema crescimento e rentabilidade, a gente viu que o banco escolheu crescer um pouco menos que os pares e conseguiu ter melhores spreads e a gente vê também um movimento semelhante na Cielo, né, saindo de algumas contas grandes, não-rentáveis, para focar mais em contas com a rentabilidade maior, né. Então eu queria entender se essa é uma estratégia que a gente deve seguir esperando aí para a frente, se teve alguma mudança de visão, de tamanho de ativo, foco em rentabilidade, enfim, o que que mudou, e se mudou alguma coisa. O segundo ponto é sobre mudanças regulatórias, teve aí o começo do pix, que eu imagino que foi um desafio para o banco, para todos os bancos de uma forma geral, para estarem aí, updated, para poder entrar, teve agora a primeira fase do open banking, e agora em fevereiro a gente, em teoria, teria a central de recebíveis de cartões entrando para valer. A gente viu na imprensa que a CIP não estava pronta e ontem o Banco Central soltou um comunicado também, meio que falando que quem não tivesse sucesso nos testes deveria comunicar aos seus clientes a suspensão temporária de algumas operações. Então a gente ficou um pouco confuso. Será que vocês conseguem explicar para gente o que está acontecendo, pode ter algum impacto em antecipação de recebível para os bancos ou para as adquirentes dos bancos, se vocês pudessem dar um pouco de update para a gente, seria legal. Obrigado.

Octavio Lazari – Oi, Edu, obrigado pela pergunta, bom falar com você. Bom, essa estratégia que a gente adotou lá, de uma maneira muito bem discutida e refletida, da gente crescer um pouco menos na carteira de grandes empresas, é... você lembra, se você pegar o balanço de 2019/2018 nas grandes empresas nós tínhamos uma diferença para o segundo colocado, nós tínhamos mais de 50 bi a mais de carteira do que o outro banco. Então, market share é muito bacana, sabe Edu, mas a gente tem que equilibrar esses dois pratos, a gente tem que ter market share, mas a gente tem que ter rentabilidade, também. Se você tiver a curiosidade de olhar o market share de câmbio do Bradesco em operações ACC, ACE e câmbio pronto, nós temos 40% do mercado, quer dizer, será que esse é o seu share mesmo? Você ter 40% do mercado de câmbio? Então às vezes é melhor você ter 33, com preço melhor e... tanto é verdade que nós fizemos isso no câmbio e o câmbio nunca deu tanto resultado que nem deu nesse ano do Bradesco. Foi o maior resultado histórico da carteira de câmbio do banco com o menor share. Então, nós vamos estar em todas as operações, disputando pau a pau, dente a dente, todas as operações, mas a gente vai sempre buscar melhorar a nossa margem, buscar melhoria de margem. Ou é na operação de fee, ou é em produtos e serviços agregados, ou é na folha de pagamento, ou na

operação com os funcionários, ou no plano de saúde e no plano de vida de seus funcionários, enfim, a gente vai procurar trabalhar a, vamos dizer assim, a centralidade do cliente, dos seus negócios dentro no Bradesco. Então, por isso é o que você observou, isso é uma tendência que vai permanecer. É lógico que spread deveria ser uma função direta de risco, mas você sabe bem que não é, ele é uma função direta de concorrência. Então a gente, lógico, vai estar disputando todas as operações, mas procurando maximizar sempre o resultado de cada operação. A Cielo foi um claro exemplo disso, a Cielo era uma líder de mercado, 54% de geração de caixa, mas estava sentada ou pendurada nas grandes empresas que davam pouco resultado, então a Cielo fez uma opção de sair um pouco das grandes contas e privilegiar o varejo onde você tem margens e spreads melhores e aí a Cielo começa a recuperar seu resultado nesse último trimestre. Então é foco em rentabilidade, Edu, mas eu diria para você que é foco na centralidade do cliente porque nós não queremos ter um cliente só para fazer operação de crédito e correr risco. Nós queremos ter o cliente, para poder fazer a folha de pagamento, para fazer seguro, para ter o cartão de crédito, para ter o consórcio, para ter todos os negócios dele conosco. Então a rentabilidade não deve vir de uma linha específica, mas sim de um conjunto de negócios que a gente estabelece com a empresa. E com relação a essas mudanças regulatórias, você vê que o pix entrou, foi bem, tranquilo, vai bater um pouco no fee de serviços, mas é muito pouca coisa, marginal, porque os valores transacionados no pix estão funcionando bem, mas são valores bem pequenininhos mesmo. Então a gente tem a crença de que ele substitua muito mais o dinheiro, que é o que a gente espera, né, para você ter uma ideia só de grandeza, 2019 os bancos usaram 600 bilhões de reais de papel moeda para poder abastecer as agências de todas as instituições financeiras brasileiras e esse ano foram 300 bi, ano passado, ou seja, a metade. E esse ano a previsão é de 180 bi. Ou seja, a mudança para a transação mais digital e usando menos dinheiro. E com relação ao open banking, é um desafio grande que a gente vai ter. Obviamente que a gente sempre espera que a propriedade intelectual, aquilo que de fato são desenvolvimentos internos, inteligência, de cada uma das indústrias, ou seja, a inteligência de cada um dos bancos seja respeitada, agora aquilo que de fato é informação do cliente, sem nenhum problema, a primeira fase entrou, vai funcionar bem, não vemos problema. E a central de recebíveis que você comentou da CIP, Eduardo, esse é um desafio grande, porque o volume operacionado, ele é muito, mas muito grande. E a gente não pode ter problema nisso porque os clientes, sobretudo a clientela, o pequeno e médio comerciante, ele é muito dependente da antecipação de recebíveis, de receber as suas vendas lá em D2, D3, D1, até o caso, então a gente precisa ter muito cuidado. Então, a CIP está preocupada com isso, está conversando com o Banco Central, dos riscos que podem acontecer, então a preocupação maior é a gente preservar o mercado, porque hoje ele está funcionando bem, está tudo certo, não tem problema nenhum. Obviamente que essa central de recebíveis é uma evolução importante, até para você evitar fraudes, até para você ter uma interoperacionalidade entre os diversos atores desse mercado, de uma forma muito mais fácil, mas ela está funcionando bem, então a gente precisa tomar cuidado para não ter nenhum estresse, nenhuma ruptura no dia a dia dos nossos clientes, porque aí sim, você pode criar um problema mais grave para os clientes. Então é isso que a CIP está

conversando com o Banco Central, mas eu não sei te afirmar com certeza se já está resolvido, o André Cano está aqui do meu lado, que conhece bem esse assunto, ele também vai comentar um pouco.

André Cano – Tudo bem, Eduardo? Só para complementar esse assunto, existe uma complexidade, como o Octavio falou, muito grande, nos próprios ajustes de sistemas dentro da CIP para se adaptar a cada um dos bancos interligados a ela. Então houve realmente uma afirmação da CIP, que não estava ainda totalmente preparada para o cumprimento da data, essa Instrução Normativa que saiu do Banco Central, ela... no fundo, ela está cumprindo um certo cronograma com relação à regulação desse assunto. Agora, toda a expectativa e conversa, enfim, que existe é no sentido de fazer uma nova prorrogação nessa data e isso dependerá de uma decisão do Conselho Monetário Nacional. Mas a expectativa é que essa data venha a ser adiada e não haja... os bancos ligados à CIP não fiquem fora, naturalmente, dessa central de recebíveis.

Eduardo Rosman – Está ótimo. Obrigado, Octavio, obrigado, Cano.

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Giovanna Rosa, do Bank of America. Giovanna, sua linha está aberta, pode seguir.

Giovanna Rosa – Oi, bom dia a todos, obrigada pela oportunidade de fazer perguntas e parabéns pelo resultado. Eu também tenho duas perguntas. A primeira é em relação ao guidance, a parte de geração de receita para 2021 veio com um número bom, até um pouco melhor do que a gente estava esperando, mas pensando em competição e em mudanças regulatórias. Como que vocês enxergam a geração de receitas sustentáveis do banco a partir de 2022? Se puderem falar quais os principais drivers que vocês têm em mente seria bom para a gente. Depois eu faço minha segunda pergunta.

Octavio Lazari – Giovanna, obrigado pela pergunta. Nós estamos trabalhando em cima de um guidance muito factível dentro daquilo que a gente espera. É lógico que a concorrência que a gente tem hoje, seja de pix, seja de open banking, seja de fintechs ou de outras empresas, ela, de alguma maneira, pode mexer. Mas não dá para a gente ficar se preocupando com isso, acho que a gente tem capacidade de poder reverter alguns cenários e buscar ganhos de escala com nossos clientes. Por isso, de todo esse programa estratégico que eu apresentei para vocês, 100% Cliente, buscando a centralidade do cliente nos negócios conosco. Então o nosso grande trabalho, a nossa grande visão, é que a gente pode buscar outras receitas para suprir a redução do que aconteceu, como a gente fez no passado, você lembra as receitas de Cielo, quanto ela agregava, hoje ela não dá mais tanta receita e nós conseguimos substituir isso. Isso é um exemplo, mas tem “n” exemplos. O próprio cheque especial, a taxa de juros foi tabelada e nós conseguimos buscar, substituir essa receita por outras. Então é exatamente o que vamos fazer, buscar mais escala, trazer mais receitas vindas da operação de cartão de crédito, mais fees vindo das operações de seguros, mais fees vindo das operações da nossa corretora Ágora. Então tem uma série de outros negócios que a gente implementou, que vai permitir que a gente

consiga ter um trade off, aquilo que você perder em função das imposições regulatórias ou concorrência para novos negócios que a gente está explorando. É simples assim, é o trade off com outros negócios.

Giovanna Rosa – Só para fazer um follow-up na sua resposta, você comentou sobre trazer a vida financeira do cliente como um todo para dentro do banco, falou também da Cielo, pode falar um pouco também da estratégia de vocês nessa parte de aquisição, se vocês falaram isso em outros calls, mas querem dar um update em relação a como vocês veem não ter aquisição dentro do banco como uma desvantagem competitiva em relação as ofertas de produtos.

Octavio Lazari – Giovanna, a aquisição é um negócio absolutamente necessário para o Bradesco, a gente não vai abrir mão de ter aquisição, porque veja, o Bradesco tem clientes de grande porte, grandes redes varejistas, pequenos comércios, mais de 3 milhões de pequenas e microempresas que têm conta no Bradesco. Então não dá para a gente abrir mão de aquisição, de não ter uma aquisição, ou de terceirizar essa aquisição, então o negócio que a gente tem com o Cielo junto com o Banco do Brasil, ele é core business para a gente, não dá para ficar... Pode ser que a gente não ganhe, de fato, a gente não está mais ganhando dinheiro, não está trazendo mais tanta equivalência como a gente trazia no passado, mas que ele é fundamental para que a gente possa ter uma oferta ampla de produtos e serviços para o nosso cliente, ele é indispensável, assim como é o banco de investimentos, assim como é a corretora, assim como é o prime, assim como é o private, são negócios menores onde a gente pode até não ter tanto ganho, tanta rentabilidade, mas ele é fundamental para o core business da organização, para que a gente possa ter a centralidade no cliente.

Giovanna Rosa – Mas hoje, na estrutura que vocês têm com a Cielo, vocês não veem que a oferta de produtos em relação à concorrência é inferior, vocês estão satisfeitos com a estrutura atual, então?

Octavio Lazari – Desculpe, não entendi a pergunta – que a Cielo pode ter um produto inferior, é isso?

Giovanna Rosa – Não, não, estou falando a sua série como a aquisição não está...

Octavio Lazari – Não, não, não, desculpe, agora que eu entendi, Giovanna. Não, o fato da gente não ter o controle da Cielo não nos obriga a ter um produto pior, até porque se a gente for ver, a Cielo é a líder do mercado, ela tem mais market share que todo mundo, apesar das novas entrantes serem muitos mais rápidas, eu poderia dizer, porque elas não têm o legado que a Cielo tem, e de fato eles conseguem construir produtos e serviços com maior rapidez, mas esse é o turnaround que estamos fazendo na Cielo, que ela tenha essa mesma velocidade das outras empresas. Então o fato da gente não ter controle não significa ou implica em ter produtos e serviços menos qualificados lá na Cielo, ela vem atendendo bem a gente e atendendo bem as grandes redes, como a gente tem hoje dentro do banco.

Giovanna Rosa – Perfeito. A minha segunda pergunta é em relação ao guidance de redução de custos, vem um guidance muito bom nesse sentido. Eu queria entender se essa é uma tendência que a gente pode esperar para os próximos anos, não só para 2021. Então, uma redução nominal de custos de maneira mais prolongada.

Octavio Lazari – Giovanna, essa redução de custos, ela foi mais impactante no terceiro trimestre, desculpa, no quarto trimestre de 2020, que foi quando a gente implementou o fechamento de 400 agências e a transformação de 700 agências em unidades de negócios. Além disso, a gente fez uma redução de estrutura de 7700 headcount. Então, isso teve um resultado importante no quarto trimestre, mas você captura isso em 2021 e ad eternum, né. Então, lógico que esse ano a gente não deve fazer uma redução tão significativa, mas ela continuará sendo feita porque esse é um processo evolutivo. Então, ela continuará sendo feita e a gente vai capturar “full” agora em 2021 e nos próximos anos.

Giovanna Rosa – Está ótimo, obrigada.

Operador – Nossa próxima pergunta é de Otávio Tanganelli, da Credit Suisse. Otávio, sua linha está aberta, pode prosseguir.

Otávio Tanganelli – Bom dia, pessoal, parabéns pelo resultado, obrigado pela oportunidade. Tenho duas perguntas, também. A primeira é um follow-up, na verdade, na pergunta da Giovanna. Entendo assim, que na parte de custos, já foram fechadas bastante agências e diminuiu um número significativo do headcount, né, então eu queria entender o que mais pode ser feito e se também, até o momento em que vocês começarem a talvez contratar mais programadores, para desenvolver a parte mais digital do banco, isso não pode ser um empecilho, talvez, para redução de custo? E a segunda, se eu puder, também, na parte de seguros a gente viu que bastante da demanda reprimida de procedimentos eletivos foi feita agora no quarto tri, né? Queria saber se isso, para 2021, já é alguma coisa que vocês diriam que o patamar está mais normalizado e a gente deveria ver um resultado de seguros mais recorrente, ou ainda tem alguns one-offs aí para ver nesse primeiro trimestre, de demanda reprimida. Obrigado.

Octavio Lazari – “Xará”, obrigado pela pergunta. Com relação a isso de custos que você comentou, a gente fez redução de custos em áreas que era possível fazer; em outras, a gente investiu pra caramba. A parte de tecnologia, a parte de ciência de dados, a parte de CRM, a parte de gestão dados, elas não tiveram qualquer redução, pelo contrário, elas cresceram de maneira muito grande ao longo de 2020, quer dizer, as outras áreas é que acabaram compensando. Eu citei alguns exemplos, Otávio, em outras reuniões que a gente teve, que, por exemplo, não fazia sentido nós termos 14 agências na Faria Lima, não precisava ter, posso ter 12 agências e isso ser suficiente. Não precisava ter 11 agências na Av. N. Sra. de Copacabana. Foi feito... nós não precisávamos ter 11 agências na Av. Paulista, uma do lado da outra, uma em frente à outra. Então esses grandes corredores, a gente já fez, basicamente no Sudeste... Mas

agora nós estamos indo para Curitiba, nós estamos indo para Santa Catarina, para o Rio Grande do Sul e para o Nordeste inteiro e um pedaço do Centro-Oeste, de agências que estão sobrepostas, ou transformações de agências em unidades de negócios, onde você não tem, por exemplo, vigilantes. Uma agência pequenininha, Otávio, você tem que ter três vigilantes no mínimo, porque tem que cobrir almoço. Então, imagina o quanto você consegue reduzir de custos quando você tem uma unidade transformada em unidade de negócios. O ponto importante é: no passado, Otávio, você transformava uma agência em unidade de negócios tirando o back office de lá e colocando em outro lugar. Hoje, em 2020, o que que nós fizemos? Nós transformamos unidades de negócios desmaterializando back offices. A diferença é que você deixa de ter o custo de back office ou, pelo menos, reduz ele muito fortemente, porque você desmaterializa o back office de vez e você faz isso num ambiente centralizado. Esse é um ponto muito importante, que permitiu que a gente tivesse essa redução de custos que a gente está apresentando agora, e ela foi no último trimestre, portanto nós vamos capturar isso ao longo do ano de 2021 todo. E em outras áreas, como eu falei, nós vamos continuar investindo e continuar buscando headcount. Então eu diria para você que elas são absolutamente complementares, o maior investimento em tecnologia e em ciência de dados, aliado a uma menor redução de custos, de headcount e de estruturas físicas. Um outro exemplo claro para você: nós gastamos, por ano, 1,7 bilhão em aluguel. Um bilhão e setecentos. Então, esse IGP-M de 25%, alto, que veio aí, nós estamos renegociando todos os contratos, nossa área de patrimônio renegociou praticamente mais da metade dos nossos contratos ao longo do ano de 2020 e, ou a gente acerta o aluguel para o tamanho em que ele é justo, sem essa correção de 25%, ou a gente vai sair daquele lugar e vai para um outro lugar, não tem problema nenhum. Temos que fazer esse ajuste pesado, porque é um item de despesa importante. Então tem muitos aspectos ainda de custos que a gente pode trabalhar para poder reduzir. Com relação ao Bradesco Seguros, um ponto importante seria... a Bradesco Seguros foi muito afetada, não tem dúvida nenhuma disso, porque é uma empresa que tem 320 bilhões de ativos sob administração e a redução da taxa de CDI impacta diretamente. Se você pegar o balanço da seguradora, você vai ver que o nosso resultado financeiro da operação saiu de 6 bi, praticamente, para 4 bi, ela reduziu 2 bi só com o impacto financeiro. Então isso tem um impacto sentido. Além disso, os indexadores não ajudaram a gente, né, muito pelo contrário, os indicadores, "xará", nos judiaram, porque o IPCA veio mais ou menos em linha, mas o IGP-M alto, isso nos prejudica muito. Além do que, você vai lembrar que a ANS não permitiu fazer os reajustes dos planos de saúde. Então tem um outro aspecto. Agora, apesar de tudo isso, Otávio, se você olhar o faturamento, a receita com prêmios, da seguradora, ela caiu 4% só, ela caiu de 45 bi para 44 bi. Lembrando que o Saúde Bradesco representa 20, 25 bi, mais ou menos, desse faturamento. Então, nós já partimos para a seguradora, porque entendemos que o índice de sinistralidade já voltou aos patamares históricos, é por aí mesmo, os eletivos já voltaram, então agora para 2021 é ganhar escala, crescer, buscar novas alternativas, buscar novos negócios com os clientes, mas os índices de sinistralidade, até pelas provisões que a gente fez, que você vai observar no balanço, a gente já está bem ajustado com relação à seguradora, também.

Otávio Tanganelli – Superclaro, Octavio, obrigado.

Operador – Gostaria de solicitar que cada participante faça apenas uma pergunta. Nossa próxima pergunta é de Marcelo Telles, da Credit Suisse. Marcelo, sua linha está aberta, pode prosseguir.

Marcelo Telles – Bom dia a todos, obrigado pela oportunidade e parabéns pelo resultado. Minha pergunta é sobre capital, vocês atingiram aí um CET 1 de 12,7% no final de 2020, como que a gente deve pensar na política de payout do banco, agora para 2021? Dá para esperar um aumento do payout? E qual o nível que vocês veem como aceitável considerando esse crescimento forte de crédito que vocês estão esperando? Obrigado.

1:12:45

Carlos Firetti – Telles, vou responder essa. É como você falou, a gente está com um nível de capital bastante confortável, a gente tinha restrição para distribuição de dividendos passado o payout de 30% em 2020, essa restrição já acabou. Considerando nossa expectativa de crescimento da carteira de crédito como você mencionou e considerando os níveis de rentabilidade implícitos aí no nosso guidance, a gente vai continuar gerando capital. Eu acho que é bem possível que a gente aumente o payout no ano, acho que a gente não tem, nesse momento, um direcionamento definitivo sobre isso, mas é o caminho que a gente deve seguir. Obviamente, olhando aí a evolução da pandemia, né, nesse primeiro semestre nós ainda estamos num momento com restrições, a piora das condições, então eu acho que essa condição para tomar essa decisão, o momento de tomar essa decisão, de eventualmente aumentar o payout, vai cair mais no segundo semestre. Aliás, foi até o que ocorreu, por exemplo, no ano de 2019, que foi o ano que a gente distribuiu um nível bastante elevado de dividendos.

Marcelo Telles – Está ótimo, muito obrigado, Firetti. Tem mais pergunta mas vou deixar uma pergunta só em respeito aos demais que queiram fazer perguntas. Muito obrigado.

Octavio Lazari – Obrigado, Marcelo.

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Renan Ikemoto, do Santander. Renan, pode prosseguir.

Renan Ikemoto – Bom dia pessoal, parabéns pelo resultado, parabéns pelo guidance aí, bem construtivo na nossa visão. A maioria das minhas perguntas já foram respondidas, eu tenho só dois follow-ups. Aqui no payout, a gente poderia já trabalhar com o cenário base de voltando a uma média histórica de 50%, e que eventualmente poderia ser maior no segundo semestre, a depender da evolução econômica, como o Firetti falou? E em PDD, o Firetti comentou bem o ponto médio, tem uma redução aí de 40% e aí não está implicando reversão de provisão, mas sim consumo de cobertura. O que seria aí uma cobertura confortável para vocês, é algo

em torno de 250, que é o que a gente viu nos anos passados? São esses dois follow-ups, obrigado, pessoal. E parabéns pelo resultado.

Octavio Lazari – Obrigado, Renan, pelas perguntas. Renan, o payout, lógico, a gente fez nesse ano aquilo que podia ser feito, dentro daquilo que determinava o Banco Central. Então, observamos aquilo que está no nosso estatuto, de pagar os 30%. Agora, para o ano que vem, obviamente que vai depender, se houver qualquer, e acho que não vai haver nenhuma, limitação. Se não houver nenhuma limitação, nós vamos continuar fazendo como a gente fez em 2019. Quer dizer, a gente vai entender o nosso capital o mínimo necessário para a gente poder operar, e a gente tem tranquilidade com relação a isso. E não havendo nenhuma outra surpresa, o banco vai continuar pagando dividendos como a gente sempre pagou. Observando esse ano aqui, que a gente fez um cancelamento de ações em tesouraria, que a gente não ia revender então não tem por que ficar. A gente fez a bonificação, pagamos os dividendos dentro do que poderiam ser pagos, então vida que segue. Volta a normalidade agora em 2021, não tenha dúvida nenhuma disso. E com relação a cobertura, o cenário ainda é incerto, então a gente, lógico, tem hoje um índice de cobertura de mais de 400%. Nós estamos muito bem provisionados, temos muita tranquilidade, todos os nossos modelos de perda esperada estão indicando que a gente tem cobertura mais do que suficiente, como o próprio Firetti falou. Sei que 250 é um número tranquilo, mas acho que é um número que pode voltar aos números que nós tivemos no passado em 2019, 2018. Mas acho que 250 pode ser um bom número de cobertura, mas isso não significa reversão de provisão.

Renan Ikemoto – Está ótimo, obrigado.

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Luís Fernando Azevedo, do Banco Safra. Luís Fernando, pode prosseguir.

Luís Fernando Azevedo – Bom dia a todos. Eu queria fazer um follow-up na parte de seguros. A seguradora antes rodava, chegou a rodar, um ROE acima de 20%, e esse ano caiu bastante. Eu sei que teve o efeito de queda de SELIC, esse descasamento aí de índice IGP-M e conforme você falou, Octavio, com a restrição de aumento de seguro saúde. Mas, me parece que o guidance de crescimento da parte de seguros para 2021 é conservador. Eu queria entender de vocês o seguinte: primeiro, se vocês enxergam depois de 21 um crescimento maior da operação. E segundo, o que seria um ROE, considerando que os juros caíram, mas que em algum momento a Selic volte a subir, o que seria um ROE sustentável aí para a seguradora?

Octavio Lazari – Luís Fernando, obrigado pela sua pergunta. Obrigado, querido. A seguradora é um hedge natural do Bradesco, sempre foi, tem uma importância fundamental para nós. Agora, a gente sabe que uma seguradora que tem 320 bilhões de ativos administrados, como eu te falei, uma redução na taxa de juros provoca uma redução, no resultado da companhia, expressiva. Está no balanço, está claro no balanço aí para vocês, a taxa de juros subindo beneficia a seguradora de alguma maneira, porque a gente melhora a nossa capacidade de resultado nas margens

financeiras da empresa, do resultado financeiro da corporação. Então, esse crescimento que está no guidance da seguradora reflete um pouco isso. Quer dizer, nós temos que crescer muito na operação para que a gente possa compensar uma redução bastante severa do resultado advindo das operações financeiras. Isso é normal, faz parte do jogo, tradicionalmente é assim. Se você pegar o histórico de resultados do Bradesco e da seguradora, o quanto a seguradora representa do Bradesco nos últimos 20 anos, você vai ver que é sempre assim quando a taxa de juros cai, a seguradora tem uma representatividade no resultado menor, quando a taxa de juros é maior, a seguradora pode ter uma representatividade maior, agora, o ROE da seguradora, é obvio que a gente vai buscar de que ela sempre entregue um ROE melhor do que o ROE do banco, para que ela não puxe o ROE do banco para baixo. Então, a missão do Ivan, e do time da seguradora, é trabalhar para que eles consigam entregar um ROE da seguradora maior do que o daqui do banco. Então, se a gente está mirando 17, 18, 19, a seguradora vai buscar trabalhar com 18, 19, 20. Vai trabalhar sempre com ROE maior. Então essa é, mais ou menos, a lógica, o mecanismo que a gente procura usar aqui no banco. A seguradora foi impactada de fato esse ano, você sabe, com a pandemia, a menor taxa de juros.

Luís Fernando Azevedo – Só um follow-up, esse ROE maior a gente pode esperar talvez mais para 22 ou 23, não é?

Octavio Lazari – Tomara. Vamos buscar isso.

Luís Fernando Azevedo – Obrigado.

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Yuri Fernandes, da JP Morgan. Yuri, sua linha está aberta, pode prosseguir.

Yuri Fernandes – Obrigado, bom dia Octavio, bom dia, time, parabéns de novo pelo resultado, também vou me limitar só a uma pergunta. Também sobre o guidance em fees, então acho que o guidance de vocês é muito bom, tem um upside para o consensus, mas olhando para a linha de fees, acho que a única linha que, acho que seguros e fees, parece um pouquinho mais conservador, mas vocês estão com 1 a 5 e considerando que o segundo trimestre de 2020 foi muito ruim, com a COVID, vocês veem uma normalização do segundo tri já deveria ser um crescimento de 2 na base de 21 contra 20. Então minha pergunta é sobre fees, é qual o nível de vocês, o banco vai ser mais agressivo em algum produto, vocês vão fazer mais alguma promoção, checking account, alguma coisa que o banco talvez veja que não dê para buscar mais fee, ou não? Ou talvez tenha um upside para esse guidance? Obrigado.

Octavio Lazari – Yuri, desculpa, é o Octavio que está falando, eu não consegui entender direito sua pergunta, os meninos estão me falando aqui.

Carlos Firetti – É sobre receita de serviços. A evolução das diversas linhas e o guidance um pouco mais conservador.

Octavio Lazari – Tá. A receita de serviços, de fato ela será impactada pela concorrência, pelo pix, pelo open banking, a gente sabe disso. E até o guidance que a gente passou de receita de serviços, como você falou, de fees. Mas, são as oportunidades que a gente tem de negócios paralelos, de negócios que nós criamos para que a gente pudesse melhorar na receita de fees. Então, eu acho que aí vai vir um pouco do aumento dos negócios de cartões que a gente está fazendo, isso vem um pouco do negócio das operações de crédito que a gente tem, principalmente com a pessoa jurídica, isso vai vir da corretora, isso vai vir do banco de investimentos, das aberturas de capital. Então, são outras alternativas que a gente tem para o crescimento dessa linha. Mas, de fato, você tem razão, é uma linha que vai ser mais impactada pela concorrência e pela própria desregulamentação, ou nova regulamentação, mudanças regulatórias, que a gente está observando no nosso mercado, isso é natural.

Yuri Fernandes – Muito obrigado, pessoal.

Operador – Não havendo mais perguntas, retornamos a palavra aos palestrantes para as considerações finais.

Octavio Lazari – Ok. Bom, eu queria agradecer a todos vocês, minhas amigas e meus amigos aí pela atenção, pela paciência. Espero que a gente tenha podido esclarecer os principais aspectos, pontos relevantes do nosso balanço. Mas de qualquer forma, nossa área de RI, o Leandro, o Firetti, o Poterio estão à disposição de vocês para poder tirar todas as dúvidas, tirar todos os esclarecimentos, para que a gente possa atender às demandas dos senhores e senhoras analistas, a gente continua à disposição. Desejo a todos um excelente dia e um excelente final de semana. Um grande abraço e muito obrigado pela atenção de todos.

Operador – A teleconferência do Bradesco está encerrada. Agradecemos a participação de todos e desejamos um bom dia.