

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 2T21
Bradesco
04 de agosto de 2021

Operador – Bom dia, senhoras e senhores, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência sobre os resultados do Bradesco no segundo trimestre de 2021. 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 *IRO*.

Leandro Miranda – Bom dia a todos. Obrigado pela presença. Nós vamos começar a nossa apresentação com o Octavio, que é nosso CEO, ele vai fazer a apresentação para vocês e depois nós vamos estar disponíveis para perguntas e respostas. Juntamente com o Octavio, nós temos a presença do André Cano, nosso diretor vice-presidente; do Oswaldo Tadeu Fernandes, diretor executivo e *CFO*; do Carlos Firetti, diretor de Controladoria e Relações com Mercado; do Ivan Gontijo, diretor presidente da Bradesco Seguros e do Renato Ejnisman, diretor presidente do Next. Octavio, é com você.

Octavio de Lazari Junior – Obrigado Leandro. Bom dia minhas amigas e meus amigos. Obrigado pelo interesse e participação em nossa teleconferência de resultados do 2T2021.

Este trimestre foi marcado por novos picos da Pandemia, infelizmente atingindo um grande número de Brasileiros. Mas também foi marcado pela aceleração da vacinação, que é a única solução para a crise da covid-19. Temos confiança de que estamos agora em um bom ritmo, devendo ser acelerado. Isso deve permitir que nos próximos meses o Brasil também colha os benefícios já verificados em países em estágios mais avançados na vacinação. No campo econômico, observamos a continuidade da recuperação, mesmo após o aumento de casos da doença neste início de ano, e especialmente agora com a aceleração da vacinação. Prevemos um

crescimento de 5,2% do nosso PIB em 2021. O emprego formal mostra uma boa expansão favorecendo o crescimento do crédito e a manutenção da inadimplência em níveis historicamente baixos. Os riscos fiscais diminuíram com o crescimento do PIB, levando a uma surpresa positiva na relação Dívida/PIB, permitindo uma apreciação do Real.

Indo para a página 3, começamos a falar dos nossos números. Nosso lucro no trimestre foi de R\$6,3 bilhões, com o retorno acumulado no semestre atingindo 18,2%. A Carteira de Crédito apresentou expansão de 3% em relação ao trimestre anterior, e cerca de 10% na comparação anual. O índice de Basileia Nível 1 atingiu 14,1%, um crescimento de 0,5 p.p. em relação ao trimestre anterior e de 1,6 p.p. em relação ao mesmo período do ano passado, o que representa um nível de capital bastante confortável. Distribuímos na forma de JCP R\$6 bilhões no primeiro semestre levando nosso *payout* a 52%. Entendemos que conseguimos um resultado satisfatório no segundo trimestre sustentado por uma performance robusta na atividade bancária. O resultado da seguradora foi impactado pelo aumento da sinistralidade em Saúde e Vida, em razão dos novos picos da pandemia, e de um menor Resultado financeiro em função do comportamento dos índices de mercado. O fato é que conseguimos entregar um resultado consolidado expressivo, apesar do impacto na atividade de Seguros; isso mostra a robustez do nosso balanço e a capacidade da corporação de diversificar nossas fontes de receita.

Indo para o slide 4, falamos sobre o nosso demonstrativo de resultado. Como já dissemos, a redução do lucro no trimestre está relacionada essencialmente ao resultado de seguros, que foi fortemente afetado pelos efeitos da Covid-19, mesmo tendo apresentado neste trimestre uma evolução no faturamento de mais de 20% na comparação anual. Vocês podem observar no quadro acima do lado direito, que a seguradora, historicamente, tem uma participação no resultado da corporação de 20%, 25% até 30%. Neste trimestre, esse resultado foi de 10%, basicamente em função da Covid. Se considerarmos apenas o lucro da estrutura bancária, o crescimento no trimestre foi de 16% frente ao 1T. Na comparação anual, o resultado cresceu 125%, já que o 2T20 foi o mais afetado pela Pandemia. Interessante destacar que o lucro da estrutura bancária, no 2T21, foi 23% maior que o registrado no 2T19. A margem financeira total apresentou crescimento de 1% no trimestre e queda na comparação anual, pois a margem com o mercado foi bastante elevada no 2T20, devido à forte recuperação do mercado naquele período. Tivemos um ótimo desempenho em despesas com PDD, apresentando uma redução de 10,7% na variação trimestral, fruto do comportamento favorável da inadimplência e de nossos modelos de concessão de crédito. Destacamos ainda o excelente desempenho em custos e a boa recuperação em receita de prestação de serviços e, finalmente, quando comparamos nossa operação nesse semestre com o primeiro semestre de 2019, é possível notar que temos evolução significativa e estamos em ritmo de expansão! As Receitas totais são maiores 6% e refletem o crescimento da carteira e da base de clientes, mais que absorvendo a queda dos spreads. As Despesas caem 7,3% mesmo com a elevada inflação acumulada nesse período, e por consequência o índice de eficiência chegou a 45,7%, uma melhora de mais de 3,7 pontos percentuais.

Indo para o slide 5, falamos sobre captações e recursos, que continuam com boa evolução. Os recursos de clientes cresceram 4,5% na comparação anual, com destaque para depósito à vista e poupança, este último, um *funding* importante para as operações de crédito imobiliário.

Indo para o slide 6, falando sobre a nossa Carteira de Crédito Expandida, que cresceu 9,9% em 12 meses, apresentamos um bom crescimento de 21% em pessoas físicas e de praticamente 29% em PMEs. Em Grandes Empresas, o comparativo anual é naturalmente prejudicado pelo significativo crescimento das linhas de capital de giro no início da Pandemia e maior acesso ao mercado de capitais neste momento. Algumas linhas apresentam performance expressiva em 12 meses: - o crédito imobiliário cresceu 40%. Esse desempenho é fruto da evolução em nossa jornada de contratação e da força de nossos canais de origem, no qual eu destaco nossa jornada digital que originou cerca de 1,7 mil operações no primeiro semestre de 2021, 4 vezes mais que no ano passado, portanto um canal que vem cada vez mais ganhando participação na produção; - o consignado cresceu 20%, com origem concentrada em nossos canais próprios;- o crédito rural cresceu 18,2%, um aumento de R\$3,1 bilhões em pessoas jurídicas e R\$1,2 bilhão em pessoas físicas, refletindo a proximidade que temos do produtor rural através das nossas plataformas agrícolas regionais, as quais foram reforçadas com mais engenheiros agrônomos, e também a distribuição de nossa rede de agências, que está presente nos principais municípios agrícolas. Em PMEs, o crescimento de 28,7% em um ano, o que reflete o reposicionamento que fizemos na nossa estrutura PJ Varejo, na qual triplicamos a quantidade de coordenadores e também acrescentamos 600 gerentes de relacionamento. Adicionalmente, revisamos a jornada de contratação do pequeno empreendedor e teremos mais novidades no segundo semestre. Finalmente destaco que a origem de crédito em Pessoas Físicas, que já vinha com bom crescimento, evoluiu ainda mais e está 40% maior na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior. Nesse trimestre, com a retomada da economia, a origem de Pessoas Jurídicas evoluiu cerca de 25%. Tudo isso muito explicado pelo mundo de *digital*. Além do cartão de crédito que cresce 23%.

Na página seguinte, a página 7, nós falamos sobre provisão de crédito. Nossas despesas com PDD expandida totalizaram R\$3,5 bilhões no trimestre ou 1,9% da carteira, nível compatível com o nosso guidance. A redução dos indicadores de PDD sobre Carteira deve-se ao bom desempenho da inadimplência e crescimento em operações com menores riscos nos últimos trimestres – como crédito imobiliário e consignado. O índice de cobertura acima de 90 dias permanece em níveis bastante elevados e deve continuar acima dos níveis pré-pandemia até o final de 2021. O índice de cobertura incluindo a carteira renegociada permaneceu praticamente estável.

Mudando agora para o slide 8, falando de inadimplência. Nossa inadimplência continua sob controle, em linha com nossas expectativas iniciais. O índice acima de 90 dias permaneceu estável, com uma melhora de 10 bps no segmento de Pessoas Físicas e o índice de 15 a 90 dias apresentou melhora nesse trimestre em todos os segmentos. Acreditamos que os índices de inadimplência devem convergir para níveis próximos ao pré-pandemia até o início de 2022 e essa boa performance deve-se à gestão da carteira, à evolução dos modelos de crédito e a uma jornada de

contratação e renegociação centrada no cliente. Destaco ainda que o NPL Creation do trimestre já apresenta os mesmos níveis de 2019.

Indo para página 9, vemos que nossa Carteira de Créditos Prorrogados continua apresentando melhora, reduzindo 26% em um ano. Dos R\$ 41,3 bilhões de saldo, apenas R\$3,5 bilhões possuem atraso acima de 30 dias. A possibilidade de prorrogação continuou disponível aos clientes no 2T, mas a demanda foi baixa e a nossa carteira tende a se encerrar totalmente.

Passando para o slide 10. Nossa Carteira Renegociada apresentou redução de R\$900 milhões no 2T21, após a estabilidade no 1T. Isso demonstra a tendência de normalização das condições de crédito. Mantivemos um nível elevado de provisões, talvez o maior do mercado, equivalente a 62% da carteira. A inadimplência da Carteira Renegociada se manteve estável no trimestre, mas ainda deve subir até o final de 2021, retornando aos níveis pré-pandemia.

No slide 11, falando de margem financeira. A Margem Financeira total apresentou crescimento de 1,0% no trimestre. Na variação anual houve uma queda de 5,7%, principalmente devido à forte performance da margem com o mercado no segundo trimestre do ano passado. O crescimento da margem com clientes no trimestre está principalmente relacionado a evolução dos produtos de pessoa física – como crédito pessoal, cartão de crédito e crédito consignado, que mais que compensaram a queda dos spreads motivada pela dinâmica do mercado. Esperamos que os spreads se estabilizem e possivelmente melhorem ao longo do segundo semestre.

Na página 12, falamos de receitas de serviços. Tivemos um bom desempenho nesse item. Em Cartões, estamos vendo um importante crescimento dos volumes transacionados tanto no débito quanto no crédito, reflexo da retomada da economia. Em Conta Corrente, tivemos recuperação das receitas oriundas da nossa rede de correspondentes bancários, em função da reabertura do comércio. Além disto, as receitas foram impactadas positivamente pelo crescimento anual de 1,7MM de clientes correntistas do Banco Bradesco, compensando as reduções das receitas com TED/DOC, sobretudo em função do pix. Em Administração de Fundos, o crescimento do trimestre deve-se a estratégia de diversificação em novos produtos de maior valor agregado. Além disso, tivemos evolução em nossa captação líquida em produtos próprios e de terceiros como resultado da atuação de nossa equipe de especialistas de investimentos, que contribuiu para uma captação líquida de R\$17 bilhões no primeiro semestre de 2021 e também por maiores receitas originadas de fundos de terceiros. Também destacamos o forte desempenho nas receitas de consórcio e no banco de investimentos, beneficiado principalmente pelas operações de IPOs, M&As e Follow-on.

Passamos agora para o slide 13. Nossos custos totais caíram 4,4% no comparativo semestral, bom indicador. A comparação do trimestre com o ano anterior é prejudicada pela base de comparação, já que várias despesas acabaram não acontecendo em função da pandemia. As despesas de Pessoal estão impactadas principalmente por maiores provisões de participação nos resultados em comparação com o ano passado, uma vez que o lucro líquido deste ano já está crescendo 60%. A queda em despesas administrativas no comparativo semestral é reflexo do nosso rigoroso controle de custos e das ações de otimização do nosso

custo de servir, que mais que absorveram a elevada inflação acumulada em 12 meses – IPCA 8,3% e IGPM 35,8%. Do lado direito, vocês podem observar a redução do número de agências ou transformação em Unidades de Negócio, que são agências mais eficientes com menores custos voltadas basicamente e principalmente para a realização de negócios. Também a ressignificação do papel das agências físicas e também dos nossos gerentes

Na página 14 falamos sobre seguros. Nossa Operação de Seguros apresentou um robusto crescimento no faturamento de Prêmios de 20,7% a/a e resiliência no resultado pois, apesar da elevação da sinistralidade em função de eventos relacionados à Pandemia, entregamos R\$ 2,3 bilhões de resultado líquido no semestre. Nesta tela, destacamos os impactos da Covid em nossas operações de Seguros, sendo que os custos atingiram R\$1,8 bilhão no 2T21 e R\$3,0 bilhões no primeiro semestre, totalizando cerca de R\$ 4,8 bilhões de gastos e despesas com Covid desde o início da pandemia. O resultado financeiro também foi afetado no 2T devido ao comportamento dos índices, que impactou o desempenho das aplicações financeiras. Esse cenário é temporário, já apresenta sinais de melhora em função do avanço da vacinação, mas preferimos revisar o *Guidance* das Operações de Seguros conforme apresentaremos mais à frente. Ao lado direito, embaixo, vocês podem observar em azul, o custo exclusivamente de covid- R\$1.848 bi no 2T com mais R\$1.129 bi no 1T, que soma R\$ 3,0 bilhões de custos associados exclusivamente ao Covid. Essa linha tracejada em rosa mostra qual seria o nosso índice de sinistralidade sem os efeitos do covid. Portanto, o impacto na seguradora está diretamente ligado às maiores despesas de sinistralidade com covid. Se nessa página nós tivemos um retrato do que já aconteceu, ou seja, R\$ 3 bi nesse semestre de despesas com covid, no gráfico seguinte, no slide 15, apresentamos o histórico de eventos, semana a semana, relacionados à pandemia na nossa operação de saúde. Aqui, a parte de cima mostra as curvas com o volume de exames PCR realizados, e a de baixo, as internações de segurados no mesmo período, semana a semana. Desde o início da pandemia, já foram realizados mais de 1,3 milhão de exames do tipo PCR e cerca de 78 mil internações de segurados da Bradesco Saúde. Como podem observar, o comportamento das curvas de exames PCR realizados é prenúncio/indício do comportamento das curvas de internação, o que gera despesas maiores para a seguradora, e o que podemos ter como expectativa para o futuro é que apesar de ainda elevado, estas curvas já mostram tendências claras de redução. Isso só confirma com o próprio índice de utilização de UTIs e enfermarias dos hospitais pelo Brasil todo.

Na página 16, falamos sobre Capital e Liquidez. Nosso capital nível 1 fechou o trimestre em 14,1% e o capital principal em 13,1%, uma evolução de 50 bps em relação ao trimestre anterior e 160 bps quando comparamos com junho de 2020. O índice está bem acima dos mínimos regulatórios e se encontra em um patamar bastante confortável.

Na página 17, falamos dos nossos canais digitais, um importante canal de distribuição dos nossos produtos e serviços. No acumulado desse ano, 98% das transações já são feitas pelos próprios clientes que se servem pelos nossos diferentes canais através de jornadas fluidas e intuitivas, uma contínua evolução na transição para o digital sem dependência do balcão das agências. O Mobile já é o canal de maior volume transacional. A quantidade de transações financeiras (tirando

consulta de saldo e extrato) nos primeiros 6 meses desse ano chegou a 600 milhões e é 90% maior do que no ano passado. Também tivemos recorde no número de abertura de contas tanto em PF quanto PJ, que já tem volumes duas vezes maiores que no ano passado. O volume de empréstimos originados nos canais digitais só nesse semestre chegou a R\$31 bilhões, número 21% superior ao do ano passado sendo que para Pessoas Físicas o crescimento foi de 54%. A quantidade de solicitações de cartões de crédito por canais digitais cresceu 270% e emitimos somente nesse ano 3,9MM de novos cartões de crédito. Na Seguradora, vendemos 1 milhão de itens digitalmente no 1S2021, o que representa um faturamento adicional de R\$700 milhões e um crescimento de 80% frente ao mesmo período de 2020.

Indo para página 18, para dar um pouco de cor a respeito do pix, o que ele representa. Na barra do lado esquerdo, nós temos a quantidade e, do lado direito, valores. E o que a gente pode observar é que todos os itens crescem em quantidade e valor. Observamos redução nesses gráficos no volume de transações de cheques processados e quantidade de saques, o que é bom porque isso contribui para redução de custos. O pix cresceu vertiginosamente, mas todas as outras linhas de pagamento apresentam crescimento. Os que apresentam redução são aqueles que, invariavelmente, trazem redução de custo para o banco.

Na página 19 falamos de avanços digitais, centrados no cliente. Além do constante aprimoramento dos nossos canais também investimos na Bia, nossa inteligência artificial que simplifica a vida dos nossos clientes com uma experiência cada vez mais agradável. Ressalto que somos os pioneiros no uso de inteligência artificial. Nesse primeiro semestre, as interações digitais apresentaram uma evolução de 43%, totalizando 275 milhões de interações com clientes, das quais 83 milhões foram através do Whatsapp. Com satisfação compartilho com vocês que o Bradesco recebeu pelo segundo ano consecutivo o prêmio de banco mais inovador da América Latina, em uma premiação organizada pela revista The Banker, reflexo de todo o investimento e foco que colocamos em inovação!

Indo para o slide 20. Tivemos um robusto desempenho em nossos negócios digitais: A Ágora cresceu praticamente 50% em 12 meses tanto na visão de quantidade de clientes quanto em volume sob custódia. O Next fechou esse trimestre com 5,4 milhões de clientes, o dobro do que ele tinha um ano atrás, e o seu NPS é um dos mais altos entre os bancos digitais e também praticamente todo em *cloud*. O Bitz, a carteira digital que lançamos em setembro do ano passado, já passou de 1 milhão de contas. O Next deve continuar com forte crescimento no segundo semestre em função do programa de *member get member* e das parcerias já firmadas. A jornada de adesão foi aprimorada e 70% das contas são abertas em até 24h. Além disso, o Next incorporou o ShopFácil, tendo agora uma nova fonte de receita com negócios não financeiros.

Indo para a página 21, destacamos que somos a primeira instituição financeira do Brasil a anunciar a ambição de atingir o equilíbrio de emissões de gases de efeito estufa dos nossos clientes e também das empresas investidas, atingindo o chamado Net-Zero. Essa é uma evolução da nossa estratégia climática. Há 15 anos, o Bradesco foi um dos primeiros a medir a geração de carbono nas suas operações próprias e, desde 2019, neutralizamos 100% dessas emissões. Em 2020, também fomos a

primeira instituição financeira no país a aderir a PCAF (*Partnership for Carbon Accounting Financials*). Chegamos a um novo patamar de gestão climática e queremos ser protagonistas dessa transição no Brasil, engajando e apoiando os nossos clientes a adaptarem seus negócios, promovendo uma economia mais eficiente, limpa e resiliente.

Indo para a última página, agora falando de *guidance*, nós mantivemos as expectativas para todas as linhas, exceto de Seguros. Entendemos que nós fizemos um semestre bem equilibrado. Pelos impactos da Covid, achamos por bem, de maneira transparente, fazer um ajuste nesse *guidance*. Acreditamos que teremos um crescimento acima do centro da faixa para a carteira de crédito. No centro para margem com clientes. Na parte superior para Receita de Prestação de Serviços. Na parte inferior para custos, principalmente devido ao impacto esperado do acordo coletivo dos bancários, que deve atingir 10%, já que a inflação acelerou bastante no primeiro semestre. E no Centro do *guidance* para despesa com PDD. Para o resultado operacional de seguros, revisamos e agora indicamos uma queda entre 15% e 20%, em função dos pontos comentados anteriormente, da sinistralidade de Covid.

Obrigado pela atenção de todos até o momento e passamos agora para a seção de perguntas e respostas.

Operador - Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas, participantes da conferência com áudio em português poderão fazer suas perguntas, 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 Eduardo Rosman do BTG Pactual. Eduardo sua linha está aberta, pode prosseguir.

Eduardo Rosman - Opa, bom dia a todos, obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Duas perguntas aqui do meu lado, primeiro é sobre expectativa de como a gente deveria pensar os resultados do banco no ano que vem, não é *guidance*, é mais tentar pegar uma visão qualitativa de vocês. Acho que segundo semestre está bem claro que todos os bancos estão esperando um segundo semestre mais forte, com crescimento de crédito mais forte, inadimplência sob controle, mas inflação está subindo, ano que vem será mais complicado por conta das eleições, então queria um *update* de vocês mais qualitativo de como se posicionar pensando no resultado do banco do ano que vem, essa seria a primeira pergunta. E a segunda, eu queria um *update* sobre algumas empresas do grupo que vocês têm, sobre expectativas de trazer parceiros ou até *IPO*. Tem saído notícias de que a Elo pretende fazer *IPO*, acho que o Next vocês já falaram algumas vezes que poderia fazer um *IPO* no futuro ou então trazer um sócio, se vocês pudessem dar um *update* de como está a cabeça de vocês para fazer parcerias, trazer sócios ou eventualmente até listar algumas subsidiárias na bolsa. Obrigado.

Octavio de Lazari Junior - Eduardo obrigado pela pergunta e muito bom dia. Com relação aos resultados para o ano que vem, é difícil a gente fazer uma previsão mas o que a gente pode depreender, Eduardo, é em função do que deve acontecer no restante desse ano; que no primeiro semestre como você mesmo bem citou,

crescimento de crédito mais forte, banco central agora está aumentando taxa de juros e isso naturalmente vai se refletir nos resultados, nós estamos em uma pressão inflacionária e que o banco central vai ter que atuar com os seus mecanismos de política monetária para poder segurar isso, então a gente entende que as perspectivas são melhores pro ano que vem, aliado à isso, particularmente do lado do Bradesco, nós temos uma expectativa clara de que o pior já passou em relação às despesas que nós tivemos de Covid na seguradora, então todos os gráficos, todas as curvas mostram uma redução de despesas, redução das internações e portanto se tem uma redução de internação, você tem menos despesas com Covid e isso pro ano que vem, acho que a gente deve ter debelado essa pandemia como acontece em outros países que já tem uma vacinação muito maior. O país vem acelerando a vacinação, ontem nós tivemos 1 milhão e 800 mil pessoas vacinadas e certamente com a vacinação em massa da população você evita as internações, no mínimo as pessoas, se pegarem a doença vão ter sintomas muito mais leves e, portanto, sem necessidade de internações com tratamento diferenciado. Então, a expectativa para o ano de 2022, sobretudo pelo todo o trabalho que nós fizemos ao longo de 2020 de redução de custos, que é um item importante de mudança de custo de servir, trabalhando com agências hub e agências satélites, ou seja, aquelas agências que estão muito mais voltadas para negócios, então você tem uma redução importante no custo de servir. E a aceleração dos canais digitais com jornadas mais fluídas para os clientes e novas fontes, novos canais de colocação de produtos e serviços como eu citei aqui cartão de crédito, foram 4 milhões de cartões novos só nesse primeiro semestre, como eu citei a seguradora com 1 milhão de itens vendidos só nesse primeiro semestre com faturamento adicional de R\$ 700 milhões, as operações de crédito cresceram, foram contratadas R\$ 31 bilhões de operações somente no mobile nesse primeiro semestre, então a expectativa para o ano que vem, em que pese um cenário político que se avizinha, em que pese o aumento da taxa de juros, nós vemos como um cenário desafiador, mas um cenário que a gente pode, tem todas as premissas e instrumentos para que a gente possa apresentar um resultado de 2022 melhor ainda que o resultado de 2021, apesar lógico do que a gente vem falando desses pontos que a gente destacou de eleições e de maior inflação. Com relação aos outros negócios da corporação, o Next vem crescendo de forma acelerada como a gente comentou agora há pouco, final do ano tinha um *target* de chegar à 7 milhões de clientes, mas será maior do que isso, com certeza porque tem todos os trabalhos, o Next já está com a plataforma, tem seu *core* bancário migrando totalmente para *cloud*, então é uma empresa que já nasce munida de *cloud*, com uma jornada muito mais intuitiva para os nossos clientes e muito mais rápida de você fazer qualquer lançamento de produto ou serviço. Agora é um banco que a gente entende que a gente precisa crescer, nós entendemos que nós estamos no ponto de crescimento desses nossos negócios para abrir capital, certamente não será em 2022 Eduardo, porque nós queremos deixar isso tudo pronto, mas pode ser em 2023 e aquilo que já disse outras vezes, nós não temos nenhuma restrição a abertura de capital ou trazer parceiros estratégicos que queiram fazer parte desse negócio desde que de fato ele seja um parceiro estratégico e venha trazer melhorias, venha trazer um upgrade para o nosso Next e isso se repete para o Bitz, isso se repete para a Ágora, que são negócios que a gente já trata eles como negócios totalmente apartados do banco, cada um desses negócios tem seu CEO, cada um desses negócios tem sua área de recursos humanos, cada um desses negócios tem a sua área de tecnologia, totalmente apartada do banco, sem qualquer dependência corporativa porque a gente tem esses negócios como um negócio que no futuro poderão fazer parte de

um *M&A*, de um *IPO* para agregar valor, trazer valor agregado para a corporação. Esse é um pouco da estratégia dos negócios para frente.

Eduardo Rosman - Está ótimo Octavio, muito obrigado.

Operador - Nossa próxima pergunta vem de Pedro Leduc do Itaú. Pedro sua linha está aberta, pode prosseguir.

Pedro Leduc - Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Primeira, em relação a margem financeira Octavio, com clientes ela subiu um pouco mais lento que a carteira, principalmente na comparação trimestral, no último *call* eu tinha talvez ficado com a impressão de que a gente ia ver já um pouquinho mais de aceleração e aí você quebra muito bem a ponte e teve uma contração talvez um pouco maior em spreads. Se você puder elaborar um pouquinho aqui se é mais no *funding*, é no preço produto final que está vindo essa pressão no spread, como vocês estão trabalhando para reajustar isso, só para gente conseguir desenhar aqui como se dará essa recuperação ao longo dos próximos trimestres. Obrigado.

Carlos Firetti - Oi Pedro, é o Firetti, eu vou começar a responder. A gente vê uma tendência de evolução positiva da margem financeira com clientes ao longo do segundo semestre, nós temos visto um impacto positivo do aumento da Selic na margem de captação e isso deve se intensificar ao longo do segundo semestre. Além disso, nós vemos uma melhora dos spreads na originação em algumas linhas como o crédito pessoal e também mais ao final do trimestre, nós vimos uma melhora um pouco mais significativa nas linhas de mais curto prazo, cheque especial, rotativo, então acho que a intensificação dessas tendências, ao longo do segundo semestre, é uma coisa que a gente acredita que deve acontecer e deve levar a margem para o fechamento do ano para o centro do nosso *guidance* como nós falamos, que é 4%, o que significa um crescimento da margem ano a ano até acima desse nível nos trimestres individuais.

Octavio de Lazari Junior - Pedro, é o Octavio que está falando, acho que até vale comentar, Pedro, que é natural que o último semestre do ano passado e esse ano se privilegiou mais as operações com garantia porque você tinha uma boa certeza de recebimento, como as operações de consignado, as operações de crédito imobiliário que tem spreads menores, então isso era esperado. Agora para frente, não dá para negar que o aumento da taxa Selic que vai acontecer, é inevitável, o próprio mercado já está colocando isso no preço dessa taxa no futuro. Então, acho que o aumento da taxa de juros associado ao que o Firetti falou, a margem de captação que vai melhorar, a melhoria natural dos spreads que vai acontecer por conta do aumento da taxa de juros também e as operações com um pouco mais de risco, mas que traz spreads melhores, que começaram a crescer, que foi aquilo que eu comentei, de contratação de R\$31 bilhões de operações de crédito pessoal através do mobile, que são operações um pouco mais de risco, mas a gente está bem ajustado com relação a inadimplência e a gente está muito bem provisionado, então acho que esses fatores combinados vão fazer com que a margem financeira cresça, o cheque especial também já vem melhorando, o crédito pessoal

melhorando, então acho que tudo isso vai fazer com que essa margem financeira certamente tenderá a ter uma curva de crescimento.

Pedro Leduc - Está certo, obrigado. Eu volto aqui para a fila para uma próxima pergunta, obrigado.

Octavio de Lazari Junior - Valeu, abraço.

Operador - Nossa próxima pergunta vem de Flávio Yoshida do Bank of America, Flávio sua linha está aberta, pode prosseguir.

Flávio Yoshida - Olá, bom dia pessoal, obrigado pela oportunidade. Minha pergunta é um *follow-up* em cima da última pergunta, vocês comentaram que a margem deve crescer e atingir o meio do *guidance* para o final do ano, muito em função dos spreads, mas eu queria entender um pouco mais com relação ao *mix* de produtos, principalmente em pessoa física, que vocês mostram que os produtos de baixo spread vêm crescendo bastante aos longo dos últimos anos, principalmente o consignado e o imobiliário, e a minha pergunta é por que não acelerar mais, o Octavio até já comentou que está crescendo o CP no digital, mas talvez por que não acelerar mais talvez no cartão que vem perdendo espaço, dado que o nível de inadimplência está bem controlado, o nível de provisão está bastante alto, a cobertura e o cenário econômico também é bastante favorável e com isso tentar maximizar ainda mais a margem para o final do ano. E ainda nessa questão, a gente consegue ver quando vocês abrem o *mix* de produtos pessoas físicas que cartão vem perdendo bastante a sua relevância no *mix* total dentro do segmento PF, isso é a estratégia do Bradesco mesmo ou pode ser também explicado por, talvez, uma maior competição advinda das *fintechs*, afinal de contas a grande maioria oferece um cartão de crédito, então se isso também tem de certa forma impactado.

Octavio de Lazari Junior - Flávio, obrigado pela pergunta, é um prazer falar com você. É lógico que você tem uma concorrência das *fintechs*, mas isso faz parte do jogo e não nos preocupa. É a estratégia mesmo do banco de crescimento, se você observar na página 6 da nossa apresentação, você vê que por exemplo, o crédito pessoal vem crescendo ano a ano a uma taxa de 19% e os demais produtos de crédito já está em 15,6% e quando você olha a originação com base 100 no segundo trimestre de 2020, você vê o total crescendo a 130%, a pessoa jurídica crescendo a 125% e a pessoa física crescendo a 138%, justamente por conta dessas estratégias, acho que o pior de inadimplência passou, a gente soube fazer as provisões necessárias para enfrentar uma inadimplência que até a gente imaginaria que fosse maior, mas hoje ela está em níveis menores do que os níveis históricos que a gente teve pré-pandemia, então o que nós estamos fazendo agora e já estamos fazendo é que, isso demora um pouco pra você capturar, porque ao longo do pagamento das operações você vai fazendo a captura da receita da taxa de juros, da receita de juros, então esse processo já vem sendo implementado pra gente continuar crescendo forte naquelas operações que a gente já ajustou inteira, que está redondo, está funcionando bem, como o consignado, como o crédito imobiliário, mas também nas outras linhas, por isso eu também disse a respeito do crédito pessoal, das outras linhas de crédito, da originação e do próprio cartão de crédito

que retomou aos seus níveis melhores até que o pré-pandemia com 4 milhões de cartões novos só no primeiro semestre, então isso nos dá uma perspectiva muito boa de crescimento da margem.

Carlos Firetti - Flávio, só completando um ponto, como o Octavio falou, a gente tem originado volume de cartões bastante forte, 3,9 milhões de cartões originados digitalmente e o foco tem sido novos canais de aquisição e originação, novos produtos atendendo públicos ainda mais amplos que a gente atendia, mas acho que quando a gente olha o faturamento e o efeito na carteira de crédito, lembro para vocês que o *Private Label*, especialmente, a gente tem um peso importante da Bradescard, a empresa nossa que atua nesse segmento, ele acabou sendo afetado pela pandemia, principalmente pelo fechamento de lojas, a gente tem uma participação em varejo de vestuário e outros que tem lojas físicas e isso acabou afetando um pouco o faturamento nessa carteira específica e isso também afetou o rotativo porque esse tipo de carteira tem um consumo de rotativo bastante importante e acho que a normalização da economia tende a nos ajudar nesse quesito também.

Oswaldo Tadeu Fernandes - E só uma outra coisa, Oswaldo falando, quando você olha a margem, a gente gosta muito de olhar a margem líquida de PDD. Se você for olhar essa taxa da margem líquida de PDD, é o quarto trimestre consecutivo que ela vem se recuperando, quer dizer, é um bom indicador, a gente está conseguindo crescer em operações com os créditos dentro da nossa rentabilidade, com baixíssima PDD.

Flávio Yoshida - Está ótimo pessoal, super claro, obrigado.

Operador - Nossa próxima pergunta é de Gabriel da Nóbrega do Citi. Gabriel sua linha está aberta, pode prosseguir.

Gabriel da Nóbrega - Oi pessoal, muito bom dia e obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. A minha primeira pergunta é com relação às despesas, eu entendo que vocês vêm fazendo bastante esforços, especialmente na parte administrativa para vocês reduzirem as suas agências e vocês também remodelarem elas, mas nesse trimestre a gente viu que boa parte da melhora veio em outras despesas então mesmo com a inflação em 8% que a gente viu e ela deve continuar alta, eu queria entender se tem alguma outra estratégia que vocês estão fazendo para conseguir controlar suas despesas e também se vocês acham que esses níveis são sustentáveis. E para minha outra pergunta, eu queria entender um pouco mais sobre o Next, pelas minhas contas aqui, nesse trimestre o Next adicionou cerca de 16 a 17 mil contas por dia e dos bancos digitais ele está bem menor, a gente tem visto bancos digitais adicionando cerca de 30 mil, 40 mil contas, então eu queria entender aqui um pouco do “por trás” de vocês não estarem adicionando no mesmo *pace* que esses outros bancos digitais, especialmente porque o Next tem ajuda do Bradesco, então se vocês pudessem elaborar um pouco mais em cima disso, agradeceria bastante. Obrigado.

Octavio de Lazari Junior - Gabriel, com relação aos custos, a gente vem desde o ano passado realizando ajustes expressivos de estrutura e de *headcount*, isso lógico que não continuamos na mesma intensidade, mas a gente manteve o mesmo ajuste que a gente fez ao longo do ano passado. Com relação às agências, a gente fez um enxugamento muito importante ano passado, foram 1000 agências no total, 1100 praticamente, 700 foram transformadas e 400 encerradas e para esse ano a expectativa é a gente ter 184 agências incorporadas e 400 transformadas em unidades de negócios, ou seja, serão mais 584 agências ao longo desse ano que nós vamos de alguma maneira ou reduzir, então 184 serão redução, e 400 serão transformadas em unidades de negócio onde você tem um custo muito menor, você tem uma agência muito mais enxuta, não tem vigilante, tem um custo muito menor. Então a estratégia de custos é a gente manter essa mesma trajetória que a gente fez ao longo do último trimestre do ano passado que foi de bastante sucesso e está se refletindo no balanço desse ano de 2021, então é essa disciplina com relação à custos. E com relação ao Next, o Renato que é o CEO do Next e está conosco aqui também, vou pedir para o Renato dar um pouquinho mais de cor para você, Renato... Gabriel, o Renato que é o nosso CEO do Next não está conseguindo entrar por algum motivo, deve ser algum problema técnico. Mas, veja, como eu disse anteriormente, o Next é hoje uma empresa que é totalmente apartada do banco, sem qualquer dependência corporativa. Lá você tem um CEO que é o Renato Ejnisman, você tem toda a estrutura de *C-levels* da empresa, quer seja de canais digitais, tecnologia, de recursos humanos, de financeiro, então você tem uma estrutura totalmente apartada do Banco Bradesco e assim tem inclusive o *core* bancário, como eu disse, totalmente separado do banco, inclusive com esse *core* bancário totalmente em *cloud*, então a gente fez questão de ter essa construção desse banco digital de uma maneira absolutamente apartada para que a gente pudesse no futuro, no momento em que a gente achar adequado, no momento em que a gente achar que vale a pena, trazermos um sócio estratégico, pode ser uma opção, ou até abrirmos o capital dessa companhia dado os *valuations* que a gente observa desses bancos digitais. Então esse conceito de banco digital do Next, de mimos, de parceiros que nós estamos trazendo, inclusive com o seu *marketplace* próprio para que os clientes possam usufruir de todo o relacionamento que ele tem com o Next, é algo que já está sendo construído e já vem apresentando bons resultados até pelo número de clientes que o Next vem conquistando dia a dia. Com as novas alavancas que a gente vem mexendo, seja através de uma jornada muito mais fluída, seja através de mimos, seja através do *marketplace* ou até mesmo do Marketing com a Tatá Werneck agora que é quem está fazendo a campanha do Next. Então isso nos leva a crer que a gente vai chegar no final do ano não mais com aqueles 7 milhões de clientes que eram previstos inicialmente, mas com mais que isso para o final do ano de 2021 e aí nós vamos estar com um banco de 7 milhões de clientes, muito bem estruturado, totalmente apartado do banco e podendo ser estudada uma alternativa de *M&A*, de associação ou de abertura de capital. Então vai depender de como as coisas andarem para o ano que vem, então essa é um pouco da estratégia que a gente tem para o Next.

Renato Ejnisman - Octavio, desculpa, por algum motivo eu estava na ligação, mas vocês não estavam me ouvindo.

Octavio de Lazari Junior - Pois não, pode complementar se tiver alguma coisa a complementar Renato, o Gabriel, do Citi, é que fez a pergunta referente à estratégia do Next, eu já comentei um pouquinho, se tiver algo a acrescentar.

Renato Ejnisman - Perfeito, eu só queria falar que primeiro, obrigado Gabriel pela pergunta. Com relação à sua questão de crescimento, quer dizer, a gente vem crescendo no ritmo forte com 99% ao ano, o que eu acho interessante é que quando a gente olha do ponto de vista de *unit economics*, as coisas se encaixam porque nossa receita cresce acima do crescimento de clientes, se a gente olha *assets under custody*, quando a gente olha TPV, vê bastante acima disso, quando a gente olha do ponto de vista de custos, ajustamos custos que cai mais ou menos uns 35%, então a gente está com um modelo de negócios que se encaixa, esse é o primeiro ponto que é bastante relevante. Segundo, quando a gente olha do ponto de vista de competidores, é verdade que tem competidores que são mais no estilo *monoline* e devem ter um crescimento maior mas se a gente olha para competidores que são mais no estilo que a gente está perseguindo, a estratégia que a gente está perseguindo, a gente está, de novo, em um crescimento superinteressante com um *marketplace* que entra agora a partir da *Black Friday*, então a gente cresce como uma plataforma digital, a gente tem novos produtos financeiros também, inclusive o seguro de vida que começou justamente essa semana, estamos em um crescimento do ponto de vista de encantamento de clientes com um *NPS* como o Octavio já comentou de 72, crescendo do ponto de vista de funcionários com muita gente de talento, a gente tem conseguido atrair gente de diversas plataformas digitais, diversas empresas que tem a ver com a cultura que a gente quer implementar. Então a gente está muito seguro de que a gente está no caminho certo, acho que tudo que o Octavio já contou um pouco de como é que a gente tem visto do ponto de vista de estratégia, mas o que a gente realmente fica muito seguro de ver é que esse caminho que a gente está escolhendo, a gente está perseguindo um caminho de alto crescimento mas com números que façam sentido e a gente tem encontrado isso aqui no nosso resultado.

Gabriel da Nóbrega - Está ótimo pessoal, muito obrigado pelas respostas.

Operador - Nossa próxima pergunta vem de Jörg Friedemann, do Citibank. Jörg, sua linha está aberta, pode prosseguir.

Jörg Friedemann - Obrigado pessoal pela oportunidade. Eu tenho também 2 perguntas mais relacionadas a parte de seguros, que no nosso entender foi provavelmente o único ponto aqui de atenção do resultado, porque a dinâmica de uma forma geral, a gente achou muito saudável, com exceção obviamente dos apontamentos com a seguros. Então, para entender e contextualizar esse resultado, o primeiro ponto, eu gostaria que vocês falassem um pouquinho mais sobre o resultado financeiro porque ele cai mais do que 50% tri contra tri, enquanto o resultado da margem com mercado vai muito bem nesse último trimestre, uma vez mais, super sólido. Queria entender aqui se isso se deve puramente do descasamento IGP-M x IPCA. Como vocês enxergam essa evolução para os próximos trimestres? E associado a isso também, o novo *guidance* de vocês, se a gente fizer a conta aqui no ponto médio dele, implicitamente vocês estão falando que o resultado por trimestre das operações de seguros no segundo semestre,

ficou em torno de R\$2,9 bi. Não é o que a gente viu de média nos últimos 3 anos, mas ele volta próximo dos R\$3 bi já, números bem parecidos com alguns trimestres que foram observados durante o ano de 2020. E aí vem a minha pergunta- Quais são as premissas para que isso aconteça, então? É a recuperação do resultado financeiro ou uma queda expressiva dessa sinistralidade relacionada a Covid ,que vem aumentando - foi R\$1,1 bi no 1T e R\$1,8 bi agora no 2T, quer dizer, o pior já passou. Esse número cai de maneira significativa para que a gente veja esses números de resultados de seguros voltando ao normal no próximo semestre. Para mim são muitos *moving parts*, tanto na parte de resultados financeiros quanto na parte de sinistralidade para entender isso quase normalizando no 2S. Obrigado.

Octavio de Lazari Junior – Obrigado Jörg. O Ivan Gontijo que é o nosso presidente da Seguradora está na linha também. Ivan, você quer falar e eu complemento?

Jörg, acho que o Ivan está com alguma dificuldade para entrar, mas a gente comenta aqui. Com relação ao resultado financeiro Jörg, basicamente ele se deve ao descolamento que aconteceu nos principais indexadores, IGP-M teve um crescimento muito elevado, mas isso não nos preocupa. É uma situação administrável que você tem diversos instrumentos que você pode colocar os investimentos. Você pode fazer um trabalho no ativo e passivo, fundos, multimercados, outras opções de investimentos, então isso não nos preocupa, é uma situação momentânea e isso deve se corrigir. Se a gente pegar o gráfico de IPCA e IGP-M em 20 anos você vai ver no longo prazo se equaliza, várias vezes tivemos IGP-M negativo, então isso não é algo que nos preocupa. Depois de situado nesse trimestre em função do descolamento do IGP-M. Com relação a recuperação da seguradora em função do ponto médio do *guidance* que você comentou o que a gente vê pelos estudos que a gente fez e por tudo que a gente vê da pandemia, o pior parece que já passou. Nós tivemos um trimestre extremamente sensível em função da sinistralidade com o Covid que é uma sinistralidade que você não sabe exatamente qual vai ser o tamanho, o curso dessa sinistralidade. Quando a gente fala de atendimento eletivo, você sabe exatamente quantos dias a pessoa vai ficar no hospital, qual o tipo de cirurgia que ela vai fazer, ou intervenção que ela vai fazer e quanto isso vai custar. O do Covid, não. Você não tem isso porque depende da evolução do quadro clínico do nosso paciente, do nosso segurado, se isso vai evoluir para um quadro de maior gravidade que vai exigir novos procedimentos e, portanto, mais caro; quanto tempo ele vai ficar internado. Então é muito difícil você lidar com esse quadro do Covid. Mas nós entendemos primeiro que o pior já passou com relação aos gastos com Covid porque a vacinação vem acelerando em um ritmo bastante intenso, tivemos ontem um milhão e oitocentas mil pessoas vacinadas. Todos os hospitais no Brasil inteiro estão mostrando os índices de utilização de UTIs e de enfermarias caindo bastante – chegamos a 80%, 90%, hoje 40%, 42% - então hoje isso é um indicador claro de que vai diminuir essa nossa sinistralidade. Mas, no final das contas Jörg, o importante é o seguinte, é o que eu comentei na outra reunião, nós temos uma seguradora que é raro, é um ônus muito raro. Eu diria que é um ônus que nunca aconteceu porque a última pandemia que nós temos na história, foi a gripe espanhola no começo de 1919, mais ou menos. Então a gente nunca viveu, em décadas de existência da seguradora, desde a Atlântica Boa Vista, um quadro de pandemia que pudesse afetar o resultado. Então aconteceu. O que nós temos que fazer, é cuidar da nossa gente, cuidar dos nossos segurados. Então, o nosso papel é dar a melhor assistência, o melhor cuidado para todos esses segurados que confiaram no Bradesco e nós fizemos isso, pagamos essa despesa.

O resultado, a despesa que houve, vamos dizer assim, não é o principal fator. O resultado volta, essa despesa deixa de existir. A Seguradora faturou já nesse 1S, 20% a mais do que o ano passado. Então está crescendo o seu faturamento. Então a gente vai repor isso a partir do 3T, a seguradora volta a ter lá, ao longo do tempo uma participação de 15%, 20%, 25% até 30% como teve no resultado do banco. O pior de tudo isso que a gente contabilizou ou que a gente pode contabilizar, são as mais de 520 mil mortes no Brasil. Mais de 4 milhões de pessoas que morreram no mundo por conta dessa pandemia. Então a despesa já aconteceu, é coisa do passado, está contabilizada. O cuidado agora é fazer a companhia crescer e como crescer, que foi a sua pergunta, Jörg. Nós entramos muito fortes no digital da Seguradora; como eu citei, vendeu mais de 1 milhão de itens nesse semestre só através do *digital*, gerando faturamento de prêmios de seguros de R\$ 700 milhões adicionais para seguradora. Um rigoroso controle de custos que a gente vem fazendo na seguradora já há algum tempo. Então, a expectativa para Seguradora, até Jörg, por tudo que aconteceu, a pandemia trouxe uma lição para as pessoas de que elas precisam ter um seguro de vida, seguro saúde e que elas precisam de alguma forma proteger a sua família, proteger seus funcionários, quando contratar em uma empresa, para que se eventualmente acontecer um problema desse de novo, de alguma maneira, as pessoas possam estar protegidas ou proteger a sua família. Então acho que isso também é um indutor de maior faturamento nas companhias seguradoras. Então esse quadro na despesa é um quadro que todas as seguradoras vão enfrentar por conta de uma situação absolutamente terrível, mas atípica, mas também teremos um bom crescimento de vendas que já estamos observando na seguradora. Então, isso é o quadro que leva a seguradora a um crescimento expressivo ao longo dos próximos trimestres.

Jörg Friedmann- Ótima explicação. Muito obrigado pela explicação super completa Octavio. Se você só puder fazer um *follow up* rápido, aqui. Meu ponto, é de como que os resultados da seguradora evoluem. A questão de IGP-M e IPCA obviamente ainda não foi sanada, reduziu o *gap*, mas ainda existe. Faria sentido, nesse sentido, mesmo com sinistralidade caindo ao longo dos dois próximos trimestres que a recomposição desse resultado de seguros fosse gradual, quer dizer, ainda uma recuperação, um retalho intermediário nesse próximo trimestre, 3T e aí sim no 4T alguma coisa muito mais próximo do histórico?

Octavio de Lazari Junior- Eu acho que você está absolutamente certo Jörg, é bem esse mesmo. É lógico que no 3T você ainda vai ter os resquícios do que foi o 2T, tem avisos de sinistros para serem pagos, então é um pouco isso. O 4T já volta a ser, já tende a ser, até porque a vacinação vai estar muito maior, já vai ter muito mais a cara do que foi lá o último trimestre do ano passado. Então, inclusive os números que você citou quando fez a pergunta inicial, ele está muito mais em linha com aquilo que é a nossa expectativa com relação a seguradora.

Jörg Friedmann- Perfeito! Muito obrigado.

Octavio de Lazari Junior- E o *guidance* reflete justamente isso.

Jörg Friedmann- Perfeito, ótimo, super claro! Muito obrigado

Octavio de Lazari Junior- Prazer em ouvi-lo, Jörg.

Jörg Friedmann- Prazer, obrigado!

Operador – Nossa próxima pergunta vem de Pedro Leduc do Itaú. Pedro, sua linha está aberta, pode prosseguir.

Pedro Leduc - Obrigado pelo *follow up*. Em relação às mudanças tributárias, tanto a CSLL agora esse 2S, como no ano que vem, possivelmente queda de JCP ou redução de alíquota, só para esclarecer, vocês nesse trimestre não passaram nenhum tipo de reavaliação nos resultados do estoque tributário. Então para o ano que vem, caso caia a alíquota, o JCP também não deve ter nenhum tipo de reavaliação no caso do ano que vem negativa nesse estoque a não ser os resultados, estou correto? E isso depois, pensando se realmente cair o JCP, se vocês, com Basiléia muito confortável, poderiam pensar em talvez usar mais de recompras como forma de devolver dinheiro ao acionista de maneira que iria fazer efeito no *dividends per shares*, no *earnings per share*. Obrigado.

Oswaldo Tadeu Fernandes - Pedro, é Oswaldo falando. Como você deve ter visto no nosso balanço, nós não ativamos crédito tributário do aumento da Contribuição social agora nesse semestre. Isso vai acontecer mês a mês de acordo com o que for decorrendo nos períodos. Até para não termos descompasso em relação a projeção de ativação e sermos obrigados, no final do ano, a reverter alguma coisa. Em relação a reforma tributária, sem dúvida, obviamente cada hora tem um projeto diferente, a gente aqui olha, cada vez que tem um projeto, a gente tem que refazer todos os cálculos, mas sem dúvida, considerando a última proposta, nós e todas as empresas do mercado, teremos que fazer uma baixa expressiva de crédito tributário no final do ano. Agora, essa equação considerando o último projeto, entre a baixa do crédito tributário, a perda de benefício fiscal da JCP e a diminuição da alíquota pelas nossas contas, isso vai ter um efeito positivo para o acionista que recebe o seu dividendo na ponta.

Leandro Miranda Araújo - Se isso realmente acontecer, o Oswaldo foi bem feliz em falar que isso aqui é o cenário atual que toda hora está em mutação, a gente deve intensificar a recompra. Na verdade, como nos Estados Unidos acontece, é natural que você, para premiar o seu acionista, aumente o *earnings per share* reduzindo o montante de saldo de *outstanding*, saldo de ações existentes no mercado. Nós já estamos com programa muito maior do que costumávamos fazer e essa é uma via de gestão de capital como temos falado.

Octavio de Lazari Junior - Aproveitando a sua pergunta porque ela é muito interessante, isso que você colocou. O que o Leandro comentou da recompra de que quando a gente observa os Estados Unidos é praticamente 70-30 a relação de recompra e dividendos, diferentemente daqui do Brasil, por conta dos benefícios que você tem do JCP. Agora, esse é um ponto importante, Pedro - o JCP parece que está dado, já não tem mais jeito, nós vamos perder o JCP. E partindo desse pressuposto, perder o JCP, o que vai acontecer com o crédito tributário? O crédito

tributário, me parece que a gente também vai ter que escolher as boas batalhas. As pessoas falam que o crédito tributário é a jabuticaba que tem no Brasil. Isso não é uma jabuticaba, porque jabuticaba é gostosa, isso é uma maçã bem podre, porque ele só prejudica o patrimônio das empresas e do mercado financeiro, dos bancos em especial. Esse negócio do crédito tributário, talvez até tenhamos que reconhecer e tirar do balanço logo, mais o que precisava acontecer é atacar não o efeito, mas a causa. O problema do crédito tributário é que todo mundo quer combater a causa. Nós fazemos a PDD em cima de estudos muito bem apurados, perda esperada, modelos estatísticos absolutamente confiáveis. Enfim, toda a ciência, inteligência e tecnologia possível para você estimar com muita clareza e poder passar para vocês analistas quanto que vai ser a perda esperada das nossas corporações. Na receita federal, eu só posso colocar na hora que se tornar perda esperada efetivamente. Ou seja, apropriado receita, sem ter de fato tido e quando isso acontece, gera o crédito tributário. Se a Receita passasse a adotar a mesma regra, ou reconhecer a regra do Banco Central para efeito de reconhecimento da perda como a PDD que fazemos, você pararia de gerar crédito tributário. E é isso, nós temos que combater a causa e a causa é justamente essa. O que eu poderia dizer para vocês é o seguinte, a JCP já foi, não vai ter muito jeito na reforma tributária. O crédito tributário, quer queira, quer não, vamos ter que contabilizar essa perda, diminuir nosso PL, mas se isso fosse em prol de combater o efeito e não ter mais essa distorção, de você ficar criando crédito tributário. Isso não vai acabar nunca enquanto não mudar essa regra, não vai acabar o crédito tributário. Eu acho que vai ser melhor para o mercado como um todo, para as empresas e acabamos de vez com os problemas, que é um problema muito sério no Brasil, esse problema do crédito tributário de grandes empresas.

Pedro Leduc - Muito legal a resposta, espero que muitos tenham ouvido ela também. Obrigado!

Operador– Nossa próxima pergunta vem de Domingos Falavina do JP Morgan. Domingos sua linha está aberta, pode prosseguir.

Domingos Falavina - Bom dia senhores e obrigado pela oportunidade. A minha dúvida é só na parte de despesas, em outras despesas. Enfim, vocês tiveram um *guidance* bem construtivo de redução de custos, nada fácil dado o IGP-M, mas se olharmos a composição do custo está um pouco diferente do que imaginávamos. Notamos que a despesa com pessoal que vocês classificam como não estruturais, enfim um pouco mais pressionadas e a parte de outras despesas na verdade caindo muito no ano contra ano. E a minha pergunta é, quando pensamos nisso para frente, vendo esses R\$850 mi em outras despesas, e estava rodando entre R\$1,3 - R\$1,6 bi, é o novo nível que vocês acreditam dessas outras despesas? Ele é normalizado nesses R\$ 800, sub R\$ 1bi, digamos, ou as despesas com pessoal e administrativas voltam? Porque, se essa outras voltar e as outras duas não abaixarem, acaba impactando um pouco quando estamos olhando dentro do *range* do *guidance*. Obrigado.

Oswaldo Tadeu Fernandes - Eu vou dividir a pergunta em partes, falar de despesas administrativas e de pessoal. Começando pela de pessoal o maior incremento que nós tivemos aí foi na parte não estrutural, que em função do crescimento do nosso

lucro, fizemos maiores contabilizações de provisão para distribuição de lucros - PLR, esse foi o principal ponto nas despesas de pessoal. Na parte das despesas administrativas, conseguimos enxergar, principalmente quando abrimos em fixas e variáveis. O nosso componente em relação a despesa fixa está bastante controlado e até com queda. É claro que quando você olha pelas despesas administrativas totais, a partir do momento que temos aumento de negócios, temos também um incremento nessas despesas. Posso até dar um exemplo bem prático, quando você vê um aumento na nossa receita de conta corrente, boa parte dessa receita vem de correspondentes bancários, por conta da abertura do comércio. Na outra ponta, nas despesas administrativas, acaba tendo mais pagamento de *fees* para os correspondentes bancários. Na parte das outras despesas operacionais, caiu a parte de comercialização de cartões, até porque quando o cliente faz compras na internet, temos o benefício de uma despesa menor, porque acaba reduzindo o *profit share* que temos nos nossos acordos. Acaba sendo bastante positivo, porque temos uma receita cheia e uma despesa menor. E a parte das outras despesas operacionais, exatamente neste trimestre, no trimestre anterior havia ainda um pouco, quando comparamos com o ano passado e o trimestre anterior, constituição de provisões não técnicas do grupo segurador e que, nesse trimestre, foram reclassificadas para o resultado de operações de seguros. Estamos falando de algo entre de R\$250 - R\$260 milhões, com efeito ao contrário, dobrado, porque você sai dessa linha de outras despesas e vai dobrado para linha de resultado de operações de seguros. Esses seriam os principais motivos das variações dessas despesas. Olhando para frente, acreditamos que elas devem voltar a um patamar próximo não ao que foi em 2020, porque ela está impactada, mas uma coisa próxima a 2019. Lembrando que em 2019 tínhamos um valor que entrava nessa linha que era amortização da folha de pagamento, que reclassificamos para margem.

Domingos Falavina – Se eu entendi bem, se a gente acreditar que o lucro continua forte, a parte que vocês consideram não estrutural de participação de resultados continuará forte. A atividade econômica aumentando vai pressionar as outras linhas e essa (outras) volta para 2019. Então se aplicarmos isso para frente, o *guidance* de custo de vocês acaba ficando, provavelmente, na parte superior do crescimento de custo ano contra ano.

Oswaldo Tadeu Fernandes- No *guidance* nosso estamos estimando mais que o nosso piso do *guidance*, até porque no terceiro trimestre nós vamos ter o efeito do acordo coletivo e em função do INPC que já está dado e mais 0,5 ponto percentual, nós estamos imaginando um reajuste 9% alto. Então estamos imaginando um *guidance* no final do ano, perto do piso.

Leandro Miranda - Por conta da despesa de pessoal.

Oswaldo Tadeu Fernandes – Exato.

Domingos Falavina- Está claro, obrigado!

Octavio de Lazari Junior – Muito obrigado a todos pela atenção de vocês, continuamos a disposição com o nosso pessoal de relacionamento com



investidores, uma boa tarde a todos e muito obrigado pela atenção. Um grande abraço!

Operador – A teleconferência do Bradesco está encerrada, agradecemos a participação de todos e desejamos um bom dia!