

Transcrição da Teleconferência Resultados do 1T22 06 de maio de 2022

Operador – Bom dia, senhoras e senhores, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência sobre os resultados do Bradesco no primeiro trimestre de 2022. 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. Bem-vindos a nossa conferência de divulgação de resultados referente ao 1T22. Conosco estão presentes os seguintes participantes: Octavio de Lazari Júnior, nosso diretor presidente; André Rodrigues Cano, diretor vice-presidente e CFO; eu, Leandro Miranda, diretor executivo e IRO; Oswaldo Tadeu Fernandes, diretor executivo; Carlos Firetti, diretor de Controladoria e Relações com Mercado; Ivan Gontijo, diretor presidente da Bradesco Seguros; Renato Ejnisman, diretor-presidente do banco next; Curt Zimmermann, diretor presidente do Bitz; e Carlos Giovane Neves, diretor-presidente do Digio. Octavio, a palavra é com você.

Octavio de Lazari Junior – Bom dia a todas e todos. Obrigado por participarem de nossa teleconferência sobre os resultados do 1T22.

O cenário econômico do primeiro trimestre apresentou uma tímida evolução, com as previsões do PIB crescendo um pouco mais e com a criação de mais vagas de trabalho.

A inflação continua sendo um fenômeno global preocupante. É um desafio relevante para todas as economias, sobretudo a economia brasileira. A guerra na

Ucrânia colocou pressão sobre os preços dos combustíveis e de outras commodities, e há poucas perspectivas de surgirem influências de contenção na evolução dos preços para o curto prazo.

O Banco Central do Brasil avançou com a política monetária e esperamos ver uma desaceleração de inflação durante o ano, mas os juros devem permanecer em patamares elevados por um longo período, o que deve impedir um crescimento maior do PIB.

Considerando este cenário, o Bradesco apresentou um satisfatório desempenho nesse trimestre, com Lucro Líquido de R\$6,8 bilhões, o que representa um ROE de 18,0% e uma evolução de 3,1% em relação ao trimestre anterior.

O destaque do período foi a margem financeira, que cresceu 9,5% em relação ao mesmo período de 2021. A margem financeira de clientes evoluiu 19,6%, também na mesma comparação, fruto do aumento dos spreads, reprecificação da carteira e o impacto da elevação da Selic sobre nossa margem de passivos.

A Carteira de Crédito também mostra um importante desempenho, com expansão de 2,7% em relação ao 4T21 e de 18,3% frente ao 1T21. A maior evolução ocorreu nas carteiras de Pessoas Físicas, que cresceram 3,3% no trimestre e 22,6% na variação anual, com destaque para as linhas de maior margem.

No segmento imobiliário tivemos uma desaceleração do crescimento, o que é natural em função da elevação da taxa de juros. No entanto, esta é uma linha que vai permanecer em evolução e agregando valor ao nosso negócio.

As receitas de prestação de serviços apresentaram um bom desempenho, com uma alta de 6,7% na comparação ano a ano.

Os custos totais se mostraram controlados, principalmente considerando as pressões da inflação. Houve crescimento comportado de 4,4% na comparação anual e uma queda de 9,1% em relação ao trimestre anterior.

Em linha com nossa expectativa, a inadimplência subiu nesse trimestre. Entendemos como natural o retorno desse indicador aos níveis pré-pandemia. Importante destacar que o crescimento em operações de maior margem também traz um crescimento controlado deste indicador, com o qual estamos sempre muito atentos na correta calibragem do custo versus benefício.

O resultado operacional de seguros atingiu R\$3,3 bilhões no trimestre, um crescimento de 4,7% em 12 meses. O resultado mostra que a recuperação da área de seguros continua e deve ser maior nos próximos trimestres, com a evolução em prêmios, o controle da pandemia e a melhora do resultado financeiro.

Em função de todos esses fatores e associados a fatores exógenos, da economia, geopolíticos, revisamos o nosso Guidance e falaremos sobre isso no último slide.

Passando para o slide 3, destacamos que neste trimestre houve um evento que classificamos como não recorrente face a sua natureza, que foi uma receita líquida de R\$ 231 milhões que tivemos com o processo de desmutualização da CIP.

Passamos agora para o slide 4.

A Carteira de Crédito cresceu 18,3% em relação ao mesmo período do ano passado, com crescimento de 2 dígitos em todas as linhas.

A demanda por crédito permanece, embora um pouco menor, todavia acelera a recuperação das margens. Essa performance é consequência do nosso posicionamento comercial lastreado pelo uso intensivo de dados e analytics nas análises de risco. Com isso conseguimos ser mais assertivos na definição de preço, limites e aprovação.

Destacamos os cartões de crédito, cuja carteira cresceu 45,6% em relação ao 1T21. Foi resultado de um trabalho estruturado no sentido do aumento da presença e uso dos cartões por mais fatias da nossa base de 74 milhões de clientes. Um dos pontos centrais para o sucesso desse esforço foi a criação de novos produtos direcionados ao público amigável aos meios digitais.

A linha de crédito imobiliário apresentou crescimento anual de 23,3%. Gostaria de lembrar que a originação do financiamento de imóveis vem de recorde histórico em 2021. Como era de se esperar, essa performance não deve se repetir em 2022. O crescimento vai continuar, só que em ritmo mais compatível ao novo cenário de juros mais elevados. As linhas de crédito imobiliário, de qualquer modo, continuam sendo uma prioridade da nossa agenda de trabalho.

O Crédito para Pessoas Jurídicas registrou evolução de 15,7% em 12 meses. As principais modalidades foram Capital de Giro, CDC e Crédito Rural.

Os canais digitais contribuíram com R\$24 bilhões da originação no trimestre, uma evolução de 44%.

É cada vez maior a participação dos Canais Digitais na produção da carteira e nossa expectativa é de engajamento crescente dos clientes no consumo de crédito por esses canais. É uma tendência natural e o esforço é oferecer cada vez mais facilidade e jornadas amigáveis de acesso para impulsionar a originação digital.

Todavia vocês podem observar que a originação já é menor que no 4T21, fruto da elevação da taxa de juros e criteriosa análise de risco.

Mudamos para o slide 5.

Estamos em um momento de normalização das condições de crédito, já que os índices de inadimplência estavam em níveis historicamente baixos.

O retorno ajustado ao risco do crédito se encontra em nível adequado, tendo em vista os movimentos de reprecificação e giro da carteira.

Tivemos um crescimento da despesa de PDD expandida no trimestre, atingindo 2,3% da carteira. O total de provisões representa 7,6% da carteira, uma expansão em relação ao trimestre anterior. Mesmo assim, continuamos com níveis

confortáveis de reserva em nosso balanço, com índice de cobertura de 235%, e de 105% considerando a inclusão da carteira renegociada no índice.

Passamos agora para o slide 6.

A carteira renegociada chegou a 4,9% da carteira de crédito. Na comparação com março de 2021 apresenta crescimento de 3,1%, bem abaixo do crescimento de 17,1% da carteira de crédito nesse período.

Dado o crescimento que estamos observando na carteira de crédito, entendemos como normal e controlado este crescimento da carteira renegociada.

Nossas provisões para a carteira renegociada representam 62,3% do total. A inadimplência dessa carteira ficou em 18,7%, ainda abaixo do nível histórico.

No slide 7 analisamos os índices de inadimplência.

O índice de inadimplência total registrou 3,2%, com uma elevação de 40 bps em relação ao período anterior. Ela deve-se principalmente ao processo de normalização da inadimplência, que já tínhamos antecipado que ocorreria, e o efeito do mix de crescimento do crédito. No segundo trimestre deveremos ter uma menor elevação (10-20bps) e uma relativa estabilidade ao longo do segundo semestre.

Especificamente em Pessoas Físicas, a aceleração nesse trimestre ocorreu com a expansão das carteiras de maiores spreads, especialmente cartões de crédito.

Consideramos que o crescimento do Indicador de inadimplência de 15 a 90 dias é sazonal, sem qualquer excepcionalidade.

A Despesa de PDD Bruta representou 96% da criação de NPL.

Por fim, destaco que continuamos com o nosso processo de gestão de crédito e venda de carteiras não performadas e ativas sempre que o movimento é economicamente vantajoso. Todavia destacamos que, neste trimestre, não realizamos venda de carteiras ativas de forma material (apenas R\$ 120 milhões).

Passamos agora para o slide 8.

A margem financeira total apresentou sólido desempenho no primeiro trimestre, crescendo 0,6% em relação ao 4T e 9,5% em 12 meses.

O principal "driver" foi a margem com clientes, que evoluiu 7,0% no trimestre e 19,6% na comparação anual. O crescimento da margem de passivos é neste momento o principal impulsionador do crescimento da margem de clientes, sob impacto dos juros maiores que 2021.

Adicionalmente, a margem das operações de crédito apresentou um desempenho acima da nossa expectativa inicial, fruto de melhores spreads, velocidade de giro da carteira e expansão nas operações de maior retorno. Nesse trimestre, a margem de

clientes bruta cresceu 60 bps e a líquida, mesmo com o aumento da provisão, 30 bps.

Em relação à margem com o mercado, apresentamos redução de 43,1% no trimestre, com resultado de R\$1,2 bilhão, reflexo do aumento do CDI nas posições de ALM.

O slide 9 apresenta a Receita de Prestação de Serviços, que cresceu 6,7% no comparativo anual. Houve redução sazonal no trimestre.

A linha de Cartões trouxe a principal contribuição para a evolução anual, com crescimento de 19,1%. Tivemos expansão na quantidade de cartões, sobretudo através de vendas nos canais digitais, que cresceram 260% em relação a um ano atrás. O fim da pandemia trouxe um aumento do valor transacionado em cartões. Curiosamente, neste trimestre o valor foi superior ao do quarto trimestre, que sazonalmente costuma ser o maior por conta das festas de final de ano.

O segmento de consórcios é outro destaque. Somos líderes de mercado e 27% das vendas já se realizam pelos canais digitais.

Passamos para o slide 10.

A política de disciplina orçamentária é uma constante em nossa gestão.

As despesas operacionais tiveram evolução de 4,4% em comparação com o 1T21, número bem abaixo da inflação acumulada no período, mesmo com investimentos na aquisição de clientes e na evolução digital.

As Despesas de Pessoal cresceram 8,5% no comparativo anual, apesar do acordo coletivo de 10,97% que ocorreu em setembro de 2021.

Continuamos promovendo crescimento importante nas equipes de TI, analytics e em times de negócios, como especialistas de investimento. Mesmo com todos os investimentos que estamos realizando no banco, o número total do quadro se reduziu em 1,3% em um ano.

As Despesas Administrativas cresceram 5,6% também no comparativo anual, demonstrando que absorvemos boa parte da inflação acumulada, 11,3% do IPCA e 14,7% do IGP-M, além do aumento do volume de negócios, que impactam nossas despesas variáveis.

Entre os fatores que contribuíram para o bom desempenho das despesas administrativas, temos ações de destaque como a otimização da rede de autoatendimento, promovendo uma redução de 4,2 mil máquinas próprias, ou 13,9% no período de um ano. Também continuamos a revisar nossa presença física, buscando a evolução do atendimento aos nossos clientes para um modelo cada vez mais consultivo e menos transacional. A otimização total para este ano será de 491 agências, sendo 269 convertidas para unidades de negócios, 134 convertidas em PA e 88 fechadas/incorporadas.

Além disso, vale destacar que em nossas despesas de pessoal e administrativas já estão incluídos os investimentos relacionados a expansão de nossas iniciativas digitais, Next, Ágora, Bitz e Digio. Se esses investimentos não tivessem ocorrido, o crescimento de nossas despesas totais seria a metade.

Vale ainda mencionar, em nossas iniciativas digitais, neste ano, estamos fazendo um trade-off em crescimento, privilegiando a ativação, retenção e fidelização dos clientes.

A linha de Outras Despesas apresentou contração de 15,5%, principalmente por maiores níveis de provisões no ano passado. Nossa expectativa é que essa linha apresente redução em 2022.

O Grupo Segurador teve expansão no faturamento de 13,2%, observado em todas as linhas de negócios, acompanhado de aumento da quantidade de contratos como também na quantidade de veículos, residências e vidas, no comparativo anual. Essa performance foi obtida em todos os canais de distribuição e parceiros de negócios, com destaque para o desempenho dos canais digitais, com expansão de 56% no primeiro trimestre 2022.

O Resultado das Operações de Seguros apresentou melhora de seu desempenho no 1T22 em função do crescimento do faturamento e melhora do resultado financeiro no período.

O volume de sinistros relacionados à Covid no 1T22 foi de R\$512 milhões, o menor da série desde o início 2021 e 54,7% menor que o mesmo período do ano passado. Apesar do aumento recente de demandas em função da nova variante Ômicron, não observamos a mesma severidade dos períodos anteriores. Os casos de internação são bem menos frequentes e a recuperação tem ocorrido em menor tempo.

Mudamos para o slide 12.

O índice Nível 1 permaneceu no mesmo patamar do período anterior, bem acima do mínimo regulatório. O lucro do período foi suficiente para absorver a distribuição aos acionistas na forma de JCP, os ajustes prudenciais e o crescimento da carteira de crédito.

Os indicadores de liquidez também permaneceram em patamares bastante confortáveis.

Mudando para o slide 13, vamos falar sobre a nossa expansão digital.

Durante os últimos dois anos apresentamos para vocês o movimento de aceleração tecnológica que vivemos e que foi intensificado pela pandemia. Hoje, com a vida mais próxima ao normal, gostaria de falar para vocês sobre outro momento: o de fidelização por experiência e valorização da autonomia. Se antes, e principalmente no âmbito financeiro, muitas pessoas tinham receio ou preferiam utilizar os canais

físicos para fazer transações e adquirir produtos e serviços, hoje essa realidade é completamente diferente.

Muitos dos nossos clientes agora priorizam a experiência digital. Prova disso é que, do nosso total de transações, 98% são realizadas pelos Canais Digitais Bradesco. Desse total, 93% estão concentradas no Mobile e Internet. E o crescimento continua acelerado. Se considerarmos apenas o comparativo dos três primeiros meses deste ano com o mesmo período do ano passado, tivemos um crescimento significativo de 92% nas transações financeiras via Mobile.

Essa expansão da experiência digital também se reflete no número de Clientes Digitais, que hoje representam quase 70% dos clientes Bradesco. Um número que só cresce e que deve continuar em evolução. A abertura de contas pelo App também apresenta uma tendência de crescimento. Encerramos o primeiro trimestre deste ano com um crescimento 5 vezes maior do que no mesmo período de 2021. Gostaria de destacar, também, o crescimento de 72% de aberturas de contas MEI, mostrando a força do nosso posicionamento no segmento de microempreendedores.

Passamos para o slide 14.

O relacionamento com clientes mais digitais nos leva para um cenário de novas e maiores oportunidades de negócios, sempre voltadas para um desenvolvimento sustentável. Nesse trimestre, observamos os canais digitais como protagonistas na oferta de crédito. Para pessoas físicas, o número de operações de crédito liberadas por meio dos Canais Digitais Bradesco já representa 73% do total.

Também percebemos a movimentação de empreendedores com foco na retomada pós pandemia. Estamos em contínua evolução das nossas plataformas voltadas à pessoa jurídica, inclusive com startups parceiras. No comparativo anual, a liberação de crédito digital PJ evoluiu 48%, atingindo R\$ 10,1 bilhões.

Mudamos para o slide 15.

Em adição aos indicadores de desenvolvimento digital apresentados nos slides anteriores, trouxemos para vocês nesse slide números que demonstram que não é somente em produtos de crédito que tivemos evolução relevante. Consórcios, investimentos, produtos de seguros, entre outros, apresentaram crescimentos consistentes.

Também contribuíram para a evolução nas vendas o lançamento de novas funcionalidades, como, por exemplo, a emissão dos cartões de crédito em DO e possibilidade do cliente adicionar o novo cartão a sua wallet imediatamente após a aprovação, sem a necessidade de aguardar a emissão física.

Mudamos agora para o slide 16 para falar de nossas iniciativas digitais.

A Ágora cresceu 50% sua captação líquida em um ano e chegou a 785 mil clientes.

O next cresceu a sua base de clientes 153% em um ano e chegou a 11 milhões de clientes. O volume transacionado praticamente dobrou no mesmo período. O next entra nesse ano em fase mais focada na rentabilização de clientes.

O Bitz chegou a 9,5 milhões de downloads e 6,0 milhões de clientes. Ele se tornou a porta de entrada de clientes em fase de bancarização.

Nesse trimestre, concluímos a transação do Digio, que já está totalmente incorporado em nossos números. São 3,9 milhões de contas que tiveram um TPV de R\$ 2,5 bilhões nesse primeiro trimestre.

Nossas iniciativas digitais seguirão crescendo nesse ano, já buscando o aprofundamento do relacionamento com os clientes com foco na rentabilização.

Passamos para o slide 17, onde falamos sobre sustentabilidade.

Atualizamos nossa estratégia de sustentabilidade, que agora se fundamenta em 3 pilares estratégicos: Negócios Sustentáveis, Agenda Climática e Cidadania Financeira, pois esses temas demandam uma agenda de mudança mais ativa e maior foco estratégico.

Para cada um desses 3 pilares, assumimos compromissos públicos para potencializar nossa contribuição com o Desenvolvimento Sustentável.

No pilar de Cidadania Financeira, por exemplo, acabamos de assumir junto à ONU o Compromisso de Educação e Inclusão Financeira, sendo o único banco brasileiro a fazer parte desse seleto grupo de 28 bancos signatários. É a nossa declaração pública de que almejamos contribuir cada vez mais com a inclusão financeira e a promoção da saúde financeira de clientes e da sociedade.

Seguimos comprometidos com a Meta de direcionar R\$ 250 bilhões a setores e ativos de impacto socioambiental positivo até 2025, onde até março de 2022 já alcançamos R\$ 107 bilhões, ou 43% da meta.

Na Agenda Climática, temos uma participação ativa tanto na ONU, através do Net-Zero Banking Alliance, quanto do GFANZ (aliança global das principais instituições do setor financeiro para acelerar a transição para uma economia mais limpa).

Sustentabilidade é um dos nossos 4 pilares da Estratégia Corporativa, alinhado ao nosso propósito de "Criar Oportunidades para a Realização das Pessoas e para o Desenvolvimento Sustentável das Empresas e da Sociedade", e queremos continuar como líderes e protagonistas dessa agenda em nível global.

Mudamos para a página 18.

Em vista das significativas mudanças nas dinâmicas dos mercados em que atuamos, revisamos o guidance de forma a refletir nossa atual performance e nossas expectativas.

Os spreads têm ficado acima dos patamares que estávamos esperando, e não vemos pressões adicionais em 2022. Isso tem permitido uma reprecificação mais

rápida da carteira de crédito; além disso, no mix temos tido um crescimento em produtos com maiores spreads. Também temos capturado um benefício maior que o estimado na margem de passivos, que compõe a Margem com Clientes.

Assim, atualizamos nosso guidance de Margem com Clientes de forma significativa para 18 a 22% de crescimento contra 8 a 12% anteriormente.

Para a linha de PDD Expandida, em função da intensificação do crescimento em carteiras de maior retorno, alteramos nossas expectativas, que antes eram de R\$15 a 19 bilhões para a nova faixa de R\$17 a 21 bilhões.

Para Receitas de Prestação de Serviços, considerando a performance observada neste início de ano e nossas expectativas para o restante do ano, atualizamos a faixa dessa linha para um crescimento de 4 a 8%.

Em Despesas Operacionais, continuamos com foco na eficiência e controle absoluto das despesas, mesmo contemplando investimentos nas nossas iniciativas digitais e na evolução tecnológica do nosso negócio. Atualizamos o guidance anterior para uma nova faixa entre 1 e 5% pelas razões já comentadas anteriormente.

Mantivemos o guidance para as linhas de Seguros e de Carteira de Crédito Expandida.

Em Seguros, devemos caminhar para o range do guidance, do meio para cima. O resultado deve se beneficiar pelo crescimento dos prêmios, índices financeiros mais favoráveis e uma base de comparação menor em alguns trimestres de 2021, que foram impactados pela pandemia. Nesse mês de março, por exemplo, o Grupo Segurador teve um realizado 16% maior que no ano passado, já bem próximo ao Guidance.

Em Carteira de Crédito Expandida, vemos um crescimento compatível com a faixa apresentada, de 10% a 14%, em função do elevado crescimento no ano anterior, mas com um mix mais favorável.

Por enquanto, continuamos com a nossa política de não dar guidance oficial para a Margem com o Mercado, mas em benefício da transparência, informamos que não esperamos que esta linha tenha resultado incremental ao longo dos próximos trimestres de 2022.

Obrigado pela atenção de todos, passamos agora para a seção de perguntas e repostas.

Operador – Obrigado, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digitem *1 e para remover a pergunta da fila, digitem *2. A nossa primeira pergunta vem de Eduardo Rosman, BTG. Por favor, pode prosseguir.

Eduardo Rosman (BTG Pactual) – Bom dia a todos, a minha pergunta é sobre o *guidance*, a gente viu uma mudança importante nas entrelinhas e acho que o *guidance* indica que o *core*, o NII de clientes, está melhor. Sei que é muito cedo para

falar de 2023, estamos ainda no começo do ano e tem muita coisa acontecendo mas dá para dizer que a composição desse novo *guidance* tem um carregamento positivo para 2023? Dá para dizer isso? Obrigado!

Octavio de Lazari Junior – Oi, Eduardo, bom dia, é um prazer falar com você! Eduardo, a gente fez revisões de *guidance*, a gente entendeu que era necessário pelo bem da transparência e da relação que a gente sempre teve com vocês, os indicadores, o giro da carteira, a resiliência da inflação que vai manter a taxa de juros elevada por mais tempo, quer dizer, aquela perspectiva que nós tínhamos no final do ano passado de que poderia haver uma redução de taxa de juros, de Selic, ainda no ano de 2022 e depois 2023, parece que não tem mais dúvida nenhuma de que não vai acontecer, essa taxa de juros vai continuar alta ao longo de 2022 e se houver redução, vai ser só talvez no segundo semestre de 2023. Os fatores exógenos mudaram muito rapidamente ao longo do primeiro trimestre, foi guerra, inflação americana, inflação européia, dólar voltou para R\$4,50, já está de novo em mais de R\$5,00, então aconteceu muita coisa ao longo do primeiro trimestre, isso nos deixou muito confortáveis, muito tranquilos de que a gente tinha que fazer essa revisão. E essa revisão que a gente fez, você observou com muita sabedoria, ela vai nos trazer um carregamento positivo para 2023. Você sabe muito bem, a carteira de crédito que a gente está conseguindo girar, que foi originada e não é pouca, é uma carteira de crédito de mais de R\$800 bilhões e foi originada lá atrás, a gente vem crescendo a carteira de crédito há 2-3 anos, a 2 dígitos altos e foi originada com uma Selic de 2%, ela está sendo girada a uma Selic já de 12,75% e uma Selic que pode aumentar ainda mais, então a expectativa para 2023 certamente é a de que a gente vai ter um carregamento positivo disso que nós estamos plantando agora. Além, lógico, traz um pouco mais de PDD, mas por outro lado, traz um spread melhor que são as operações que a gente vem fazendo, porque é meio natural que o crédito imobiliário você reduza a produção, não porque quer reduzir, mas é natural que aconteça; uma operação de crédito imobiliário de 20-30 anos com uma taxa de juros de 12%-13% é uma operação que vai ter uma produção menor, nós estávamos produzindo R\$2,5-R\$3bi por mês de crédito imobiliário, estamos fazendo agora R\$1,2-R\$1,5bi porque as pessoas não querem tomar um crédito de 20 anos com uma taxa de juros desse tamanho. As empresas devem tomar muito mais linhas de capital de giro para atender o curto prazo do que investimentos vultuosos de longo prazo porque a taxa de juros está elevada, então a gente tem sim uma boa convicção de que teremos um carregamento positivo para 2023 em função das medidas que a gente está tomando em 2022 e que fizeram inclusive, que a gente revisse o *guidance*.

Eduardo Rosman (BTG Pactual) – Ótimo, Octavio, só mais uma pergunta, acho que você falou e vocês estão realmente surpreendendo nos custos, acho que mais uma vez e vocês estão com várias iniciativas que já não são novas, mas tem o Bitz, tem a Ágora, tem o Next, e como fica o investimento nessas iniciativas nesse ambiente obviamente de juros muito mais altos? Vocês vão continuar investindo pesado, ou realmente em um ambiente de juros mais altos, essas iniciativas acabam, digamos, que os resultados delas vão demorar um pouco mais de tempo para contribuírem

nos números do Bradesco e tem que ter também um controle de custos maior ali. Seria interessante se você pudesse falar um pouco sobre isso, obrigado!

Octavio de Lazari Junior – Obrigado, Eduardo! De fato, você tem razão, a gente tem que ter um controle de custos muito rigoroso tanto o Renato, como o Curt, como o Giovane, o Luiz Cláudio lá da Ágora, a gente tem um trabalho muito intenso de controle de custos e investir naquilo que de fato vai poder trazer resultados. Por isso que eu disse que tem um pouco de *trade-off* nesse ano de 2022, vamos privilegiar menos o crescimento muito acelerado e privilegiar mais a retenção, a fidelização e a rentabilização desses clientes. Se a gente olhar as nossas apostas digitais, não vou nem colocar a Ágora aqui, mas apenas essas três, estamos falando praticamente de 20 milhões de clientes nessas três apostas digitais, Next, Bitz e Digio, até um pouco mais do que isso. É um número importante de clientes que a gente tem para rentabilizar, então estamos fazendo um *trade-off* de crescimento, até porque a gente está vendo o que está acontecendo com as empresas de *growth* versus as empresas de valor, então nós estamos vendo o movimento que está acontecendo no mercado dessas empresas de *growth*, comparado com as empresas de *value*, as empresas de valor, então são apostas que a gente vai continuar investindo, são apostas que a gente já viu que elas são vitoriosas, todas elas, pelos clientes que trazem e são empresas que rapidamente vão poder, se não for fazer negócios, trazendo um parceiro ou fazendo um IPO, certamente serão trazendo ganhos de equivalência para a organização. Então são negócios que ainda exigem investimentos e por isso comentei sobre o total de despesas, o quanto é de investimentos que estamos fazendo nos negócios digitais, mas sim são negócios importantes pela fidelização e manutenção de clientes, do crescimento da base de clientes que esses negócios trazem para nós.

Eduardo Rosman (BTG Pactual) – Está ótimo, Octavio, muito obrigado!

Operador – Lembramos que para fazer perguntas, basta digitar *1. Pedimos a gentileza que os participantes se limitem a apenas uma pergunta. Seguimos com Jason Mollin, Scotiabank.

Jason Mollin (Scotiabank) – Bom dia a todos e obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. A minha pergunta sobre *guidance* e despesas de investimentos já foram respondidas então a minha pergunta é se vocês podem falar sobre o cenário competitivo hoje em comparação com a pré-pandemia, especificamente para produtos como conta corrente, cartões de crédito e crédito imobiliário. Em quais segmentos o Bradesco sente a presença de novos entrantes, onde o Bradesco tem visto mais pressão na precificação, taxas de contas, *fees* de gestão, spread de crédito, pagamentos e etc? E a segunda pergunta tem a ver com o ambiente regulatório e político, primeiro, se puder discorrer sobre o projeto de aumento de impostos para bancos e instituições financeiras, se vocês podem fornecer uma

atualização sobre o que está sendo discutido e, em segundo lugar, ouvimos na mídia declarações do presidente Bolsonaro em que ele afirmou que haveria um anúncio fantástico que revolucionaria as transações financeiras no Brasil, o Bradesco sabe o que será isso? Se de fato estamos recebendo perguntas, se o Brasil pode introduzir uma moeda digital do Banco Central no curto prazo? Obrigado!

Octavio de Lazari Junior – Obrigado, Jason, é um prazer falar com você! Jason, o crescimento das carteiras de crédito vem acontecendo de uma forma importante, com uma concorrência mais acirrada, principalmente por conta dos *neo-banks*, e quando falamos de *neo-banks*, estamos falando muito mais de linhas de cartão de crédito, que é a grande concorrência, mas também já começa um pouco no crédito pessoal, basicamente são essas duas linhas. No crédito imobiliário, basicamente pela necessidade de *funding* para fazer essas operações, a concorrência se dá nos cinco grandes bancos de mercado, um aqui, outro ali, mas normalmente são esses cinco bancos que têm 98% da produção. E a concorrência é uma concorrência natural, você vê que as taxas de juros não têm muita diferença de um banco para outro, exceto o banco estatal que tem um crédito imobiliário voltado mais para as classes menores da população, de resto é uma concorrência normal, tanto é que a gente está mais ou menos com os mesmos níveis de produção, então não vejo um ataque dos *neo-banks* nessas linhas de crédito imobiliário. Nós tivemos que andar rápido com relação ao cartão de crédito para poder competir de igual para igual, esses *neo-banks* hoje trabalham com um cartão de crédito que não tem anuidade, enfim, o trabalho do banco foi da mesma maneira de que nós temos investimentos importantes nos nossos negócios digitais, você tornar o nosso “bancão”, o nosso Banco Bradesco incumbente, tão digital quanto as iniciativas digitais, então você veja o crescimento que aconteceu no número de cartões de crédito, número de TPV, de faturamento do cartão de crédito também dentro do banco, tanto é que deu uma evolução de 45%, então são novos produtos, jornada mais adequada, assim que o cartão for aprovado, cliente já pode incorporar na *wallet* dele e passar a usar, então tem uma série de trabalhos que foram feitos, então entendemos que nós estamos em uma boa condição de competição, similar com os *neo-banks*. Em contas correntes, como eu disse para vocês, você viu a quantidade de contas que a gente vem abrindo não só no Bradesco, mas também nas iniciativas digitais. As iniciativas digitais, como eu disse, já representam 18-20 milhões de clientes para nossa corporação, sem falar dos clientes do Banco Bradesco. Então eu acho que a pressão maior que pode haver é cartão de crédito e crédito pessoal em menor escala. Com relação ao aumento de impostos, já aconteceu agora da CSLL que infelizmente a gente não tem muito o que fazer, temos que participar ou, de alguma forma, contribuir para que pudesse ser atendida aquela necessidade com relação ao Refis das Pequenas e Micro Empresas, enfim, está dado e acho não deve ter nenhuma novidade ao longo desse ano. Existem muitos projetos no governo com relação à tributação de dividendos e de outras coisas, mas isso não tem nada definido, vamos continuar acompanhando de perto para ver o que vai acontecer. Com relação a qualquer novo produto ou situação no mercado financeiro que possa ser revolucionário, eu acho que a única coisa que nós temos é o PIX, tem agora o assunto da CBDC, da moeda digital, mas é um processo que ainda precisa de uma maturação, precisa de testes porque é um processo cuidadoso de testar tudo isso,

porque nós estamos lidando com milhões de pessoas no Brasil e portanto precisa ter toda a segurança com relação à fraude, com relação à LGPD/lavagem de dinheiro, enfim, tudo aquilo que nós sabemos que é necessário e exigido de todos nós, não só bancos incumbentes mas agora também os *neo-banks* tendo uma exigência regulatória muito maior, não só de capital mas também com relação à PLD, à verificação dos clientes, à *Know Your Client* e todo o escopo regulatório que o Banco Central vem tomando as medidas. Acho que vem diminuindo um pouco a assimetria regulatória com a última divulgação do Banco Central da exigência de capital, está certo que começa só a partir de 2023 com previsão final de 2025, mas pelo menos já foi um passo dado para que haja exigência de capital pelos riscos que cada um desses bancos pode representar para o mercado financeiro, seja em um produto ou como um todo. Então acho que nós estamos caminhando sempre, já há alguns anos, em um mercado de maior concorrência, mas acho que os bancos incumbentes souberam e estão sabendo se posicionar para poder concorrer bem nesse mercado.

Jason Mollin (Scotiabank) – Aprecio muito seus comentários, obrigado!

Operador – Obrigado! Estamos interessados em ouvir todos, para isso, pedimos, por gentileza, que se limitem a uma pergunta. Seguimos com Marcelo Telles, Credit Suisse.

Marcelo Telles (Credit Suisse) – Olá, bom dia a todos e obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Bom dia, Octavio, Leandro e a todo o *management* do Bradesco. A minha pergunta é em relação ao ritmo de originação de crédito e ao apetite de risco de vocês. Olhando os dados da apresentação, vocês mostraram que a originação do crédito pessoa física caiu 14% no ano contra ano e olhando os dados do 4T21, ela estava mais ou menos *flat*, tinha crescido perto de 1% e agora caiu 14% no ano contra ano e olhando os dados do Banco Central, pelo menos até fevereiro, as originações diárias, nós vemos que teve um aumento no crédito de varejo pessoa física de 13%. Então o BC está indicando um aumento das originações e, no caso de vocês, uma queda no ano contra ano; se puder reconciliar um pouco isso para gente, como é que vocês estão vendo o ambiente, se vocês estão adotando uma posição um pouco mais cautelosa e em quais segmentos. E uma pergunta relacionada a isso, como vocês estão vendo a performance da carteira de cartões de crédito de vocês, entre os clientes do Bradesco mesmo e os clientes do Banco Next, tem uma performance muito diferente entre esses clientes? Obrigado!

Octavio de Lazari Junior – Obrigado, Marcelo, é um prazer falar com você! Marcelo, o ritmo de originação como a gente mostrou aqui, ele diminuiu um pouco, mas basicamente tem muito a ver, eu digo que 80%-90% dessa diminuição, ela se reflete na pessoa física ao crédito imobiliário porque, como eu disse, a gente estava originando R\$3 bilhões por mês e agora estamos originando R\$1,2-R\$1,5bi, não

porque diminuiu o nosso apetite, mas porque a taxa de juros leva as pessoas a uma reflexão melhor se vai para uma operação de 20-30 anos com uma taxa de juros desse tamanho, o que é natural e também é uma diminuição do volume, do valor tomado pelo cliente, ele procura dar mais entrada, financiar um pouco menos para que ele possa ter maior tranquilidade para pagar. Então acho que o ritmo da originação vai diminuir mesmo, Marcelo, acho que é natural pelo aumento da taxa de juros, não tem muito jeito porque a gente tem que lembrar também da base comparativa, a gente vem crescendo há 3 anos dois dígitos altos de crescimento de crédito, então a base comparativa também é diferente. O apetite ao risco - não é necessariamente que a gente diminuiu o apetite ao risco, é que quando nós incorporamos as novas taxas de juros nos modelos de *credit score*, nos modelos de *analytics*, Marcelo, naturalmente você acaba tirando algumas pessoas porque você tem uma taxa de juros maior, o ponto de corte muda e, portanto, o cliente precisa ter mais renda ou a operação precisa ser de um valor menor para que ele possa ser aprovado nos modelos de crédito, então, isso é um efeito natural quando você muda a variável taxa de juros, sai de uma Selic de 2% e vai para uma Selic de 12,75%, é natural que os modelos acabem colocando menos pessoas para dentro, então acho que isso é um pouco do está acontecendo. A gente também tem que olhar sob o olhar de investimento das empresas, como eu comentei, grandes projetos, investimentos mais vultuosos, investimentos que as empresas estejam fazendo de longo prazo, eles ficam um pouco prejudicados porque todo mundo quer esperar um pouco, esperar o que vai acontecer com as taxas de juros, a volatilidade, como você sabe bem, é um grande problema, as vezes as taxas de juros podem até estar um pouco maiores desde que não tenha tanta volatilidade, mas a volatilidade muito alta e taxas de juros em crescimento forte, a inflação, a volatilidade do dólar que chegou a R\$4,50, voltou para R\$5,00, e o cenário econômico mundial também, acho que levam as empresas também a serem cautelosas em seus investimentos mais vultuosos e isso também muda o seu desempenho em crédito, a sua originação de crédito, que fica mais com linhas no curto prazo de capital de giro, para atender um pouco o que vai acontecer ao longo de 2022 e todas as empresas um pouco no compasso de espera para ver o que acontecerá em 2022 para poder se posicionar em 2023. Então acho que esse é um pouco do cenário, não que a gente tenha perdido o apetite, a gente tem apetite sim, desde que tenhamos spread para pagar o custo de capital que é preponderante, isso a gente tem que levar sempre em consideração. E com relação ao cartão de crédito, o crescimento foi acompanhado da volta das pessoas a circularem, a ir para shopping, a fazer compras, então ele acompanhou um pouco essa mudança do perfil das pessoas em função das menores restrições de pandemia, tanto é que o faturamento do cartão de crédito no 1T22 foi maior do que o final de ano de 2021, o que não é normal, final do ano tem natal e etc, era para ser maior, mas foi isso que aconteceu. A gente entende que vai ter um pouco mais de inadimplência porque a gente sabe que a inadimplência de cartão de crédito é maior, mas também a receita que o cartão de crédito deixa é muito melhor e paga com sobra um eventual aumento de inadimplência que a gente tenha, por isso que a gente procurou frisar que entendemos que a inadimplência voltou aos níveis históricos de 2019, antes da pandemia, mas que ela deverá crescer 10 ou 20 pontos ao longo do 2T22 para depois estabilizar em um patamar mais elevado, um patamar de antes da pandemia e manter esse patamar.

Marcelo Telles (Credit Suisse) – Muito obrigado!

Operador – Seguimos com Thiago Batista, UBS.

Thiago Batista (UBS) – Olá, pessoal, obrigado pela oportunidade! Minha pergunta é sobre a margem com mercado, acho que essa indicação da margem com mercado próxima de zero, acho que ninguém esperava há um tempo atrás. Se vocês puderem falar um pouco dessa dinâmica da margem com mercado e qual deve ser o nível mais normalizado quando a Selic talvez não estiver mais movendo tanto, qual o nível que a gente pode esperar dessa margem com mercado? A segunda é só um *follow-up*, você comentou, Octavio, da inadimplência subir 10-20bps no 2T22 e seguir mais estável no 2S22, nesse cenário, vocês imaginam voltar a vender mais forte carteira ativa, acho que ano passado vocês venderam mais ou menos R\$4,5bi, esse trimestre foi muito pouco, dá para imaginar que vocês voltam a vender R\$1 bilhão ou alguma coisa dessa magnitude que era mais ou menos o nível normal de 2021 nesse seu cenário de 10-20bps de piora no 2T22 e mais estável no 2S22?

Octavio de Lazari Junior – Obrigado, Thiago, pelas perguntas! Thiago, com relação à margem com mercado, é um fator pontual. Você conhece bem e sabe bem disso, o Bradesco é um banco que tem mais de R\$800 bilhões de ativos de crédito e um banco que não parou de fazer crédito ao longo dos anos, mesmo na pandemia a gente continuou acelerando o crédito, se pegar nos últimos 3 anos, nós crescemos dois dígitos altos na carteira de crédito, seja na pessoa jurídica grande, seja na pequena e média empresa, seja nas pessoas físicas, então a gente não tirou o pé do acelerador no crescimento. É natural - naquele momento em que você gerou a carteira, nossa última Selic era de 2% e você teve uma subida extremamente rápida, repentina e violenta das taxas de juros no país, não foi como nos EUA que saiu de 1% para 1,5% ou de 0,5% para 1%, mas foi de 2% para 12,75%, então você tem que ter um tempo para girar essa carteira, nós estamos conseguindo girar essa carteira muito mais rápido. Então esse fato da margem com mercado é absolutamente pontual, específico desse momento que estamos vivendo, por isso até que respondi para o Eduardo, do carregamento positivo para o ano de 2023, porque esse fato da margem com mercado se resolve ao longo do tempo, com a criação e a geração da carteira nova com a Selic nova, então você resolve isso e passa a trazer uma margem com mercado positiva que já acontece ao longo do ano de 2023 com o ritmo que a gente tem de renovação da carteira, então é uma situação pontual que acontece em um momento que possui uma volatilidade muito intensa, nós já vimos acontecer em anos anteriores, em momentos da história do nosso país, mas que rapidamente você recupera porque gira a carteira, gera novas operações e volta a ter uma posição positiva de ALM. Com relação à inadimplência que você comentou, de fato a gente tem a expectativa de subir 10-20 pontos, depois ela se estabiliza já em um nível mais alto, similar ao que tínhamos antes da pandemia, e nesse trimestre você observou bem, nós não fizemos venda de carteira, seja de carteira ativa ou não, a gente vai

continuar fazendo venda da carteira na medida em que nós vemos que há uma oportunidade importante e rentável, que faça sentido para nós, tem uma delas que está em estudo e deve acontecer ao longo do 2T22, mas estamos avaliando ainda. E sempre que tivermos a oportunidade, você vai gerando carteira, vai gerando inadimplência, tem NPL, aí você compara, é melhor eu cobrar essa carteira, ou é melhor eu vender? O que a gente tem observado ultimamente é de que está muito mais adequado você vender as carteiras, agora com o aumento das taxas de juros nós temos que colocar isso na balança, mas sim, respondendo afirmativamente a sua pergunta, a gente continua estudando e certamente teremos alguma venda de carteira ao longo de 2022.

Thiago Batista (UBS) – Muito obrigado!

Operador – Seguimos com Flavio Yoshida, Bank of America.

Flavio Yoshida (Bank of America) - Olá, bom dia a todos. Bom dia, Octavio, obrigado pela oportunidade de fazer pergunta. Eu queria explorar um pouco o tema de qualidade da carteira. Você acabou de comentar que a inadimplência deve subir mais um pouco e vocês comentam que deve retornar ao nível pré-pandemia. Quando olhamos por segmento de forma separada, o segmento de pessoa física já está em um nível pré-pandemia, então eu gostaria de entender se essa piora que ainda vem, vem em todos os segmentos ou se será mais focada para grandes empresas que está com uma inadimplência baixa, e queria entender também o que dá confiança para vocês de afirmar que a inadimplência deve se estabilizar já ao longo do segundo semestre. O que vocês estão enxergando que dá confiança para fazer essa afirmativa?

Octavio de Lazari Junior - Flavio, você observou muito bem esse fato da pessoa física já ter voltado aos níveis de pré-pandemia e a pessoa jurídica, principalmente as grandes empresas, estar em um nível mais baixo. É exatamente isto que você falou, o mix mudou. As grandes empresas estão procurando menos crédito, talvez se valendo mais do mercado de capital para financiar as suas atividades. Então, o *mix* da carteira mudou. É menos crédito para a pessoa jurídica grande, menos crédito imobiliário e mais crédito de capital de giro, de crédito pessoal. O consignado continua crescendo, então o *mix* da carteira mudou. E como *mix* da carteira mudou para operações que tenham um spread maior, é natural que venha uma PDD maior, uma provisão maior. Observamos sempre quando há essa mudança de *mix*. Você tinha um crescimento grande de crédito imobiliário, menor nas outras carteiras, principalmente de cartão de crédito. Quando acontece essa mudança de *mix*, isso traz uma inadimplência maior, mas também ela tem spreads melhores que pagam essa inadimplência. Então, acho que esse é um pouco do cenário que a gente vai observar ao longo do ano de 2022. Uma mudança de *mix* da carteira para carteiras mais rentáveis e com maior risco, porém mais rentáveis. Por isso que nós

entendemos que a inadimplência não deve reduzir, mas sim manter os níveis anteriores da pandemia, até um crescimento de 10 a 20 bps, como eu disse para vocês aí ao longo do 2T22.

Leandro Miranda - Só para complementar a resposta do Octavio, quando olhamos cada uma das linhas de produto, a inadimplência relativa não mudou. Então, você não está com uma deterioração pior em cada um dos produtos. O que você teve, como o Octavio comentou, só uma preponderância maior no *mix* geral por cliente.

Flavio Yoshida (Bank of America) - Entendi, obrigado! Ainda nesse tema, um fato que chama a atenção acaba sendo o crescimento do cartão de crédito. Cresceu se não me engano, 46% no ano. Ele é uma linha que de certa forma preocupa o mercado pela oferta de cartões que todas as instituições acabaram fazendo ao longo do último ano. Eu queria entender como vocês estão enxergando o risco dessa carteira específica. Se vocês, como têm um cliente que é correntista e tem folha de pagamento, e você de fato consegue fazer uma seleção melhor de cliente e de fato ofertar o cartão para um cliente com menor risco, ou se vocês estão achando que essa linha como um todo pode apresentar uma deterioração de inadimplência ao longo do ano?

Octavio de Lazari Junior - Flavio, bem observado por você. O crescimento do cartão de crédito que a gente vem observando no banco, está muito voltado para os clientes do Bradesco, ou seja, aquelas pessoas que já operam com o Bradesco. Então temos o histórico de crédito dessas pessoas e, portanto, obviamente que você pode ter uma inadimplência um pouco maior, mas são clientes que já temos um conhecimento prévio maior, ou seja, não é um crescimento de cartão de crédito no mercado, no *red ocean*, é em um mercado que já temos um pouco mais de controle. Isso também vale para os bancos digitais. Vale para o next, vale para o Digio. O crescimento desse volume de cartão de crédito. Então são clientes que nós já temos um conhecimento um pouco maior.

Carlos Firetti - Além disso, acho que é importante dizer que nós temos capturado um crescimento bastante grande, como o Octavio falou, na base de clientes, mas esse crescimento todo do volume, ele tem a ver com a reabertura da economia, reabertura de atividades de lazer, viagens, dos cartões corporativos que temos uma operação bastante importante, e tem a ver também com a inflação. Você tem itens de consumo, dentro do consumo de cartão de crédito, como por exemplo passagens aéreas, combustíveis, que têm um aumento bastante substancial, e são atividades que têm uma concentração de volume muito grande dentro das operações de cartão de crédito. Então, o 45% tem a ver com o desempenho muito bom que a gente vem tendo, mas também tem esses outros fatores que eu mencionei.

Flavio Yoshida (Bank of America) - Está ótimo, obrigado pessoal. Super claro!

Operador - Seguimos com Jörg Friedemann, Citibank.

Jörg Friedemann (Citibank) - Muito obrigado! Eu vou explorar um tema aqui que o pessoal ainda não falou que é a parte de seguros. Vocês estão reafirmando o *guidance* de crescimento de 18% a 23%, mas o primeiro trimestre anualiza algo muito abaixo disso. Tem umas pressões aí que a gente já conhece, a sinistralidade ainda está um pouco alta por conta de alguns fatores pontuais. Você tem também a questão dos índices inflacionários que afetam a carteira de previdência. Se vocês pudessem elaborar um pouco mais sobre o conforto que vocês têm para que vocês convirjam para o *guidance* de seguros, acho que também ajuda a gente a afinar os modelos aqui. Obrigado!

Octavio de Lazari Junior - Jörg, obrigado pela pergunta. O Ivan Gontijo, que é CEO da Seguradora, presidente da seguradora, está com a gente. Ivan, você pode comentar a pergunta do Jörg, por gentileza?

Ivan Gontijo - Muito obrigado, Octavio. Jörg, é um prazer grande. Queria dizer a você o seguinte: nós estamos confortáveis e não alteramos o nosso *guidance* porque já estamos olhando para o segundo trimestre de uma forma muito diferente. A sinistralidade baixa, a receita financeira aumenta e nos dá um conforto muito grande. Se você for olhar para março, como o Octávio já ressaltou, nós vamos verificar que, comparativamente com março de 2021, nós já temos um crescimento de 16%. Então, a parte financeira está muito bem, sob controle. O segundo ponto que me parece importante nós registrarmos para você seria o incremento de dois dígitos no faturamento, ou seja, no prêmio líquido. Não estou tratando nem de prêmio ganho, que vem um rescaldo do ano passado. Eu estou tratando de negócios feitos neste primeiro trimestre, que totalizaram algo em torno de R\$22 bilhões. Isso mostra um crescimento de dois dígitos, na casa de 13%. Se nós formos olhar o faturamento por segmento, no auto/RE há um crescimento de 24%; na parte de capitalização 19%; na vida e previdência 16% e na saúde e dental algo próximo a 8%. Então, em todas as linhas de negócio nós temos conforto para olhar para o segundo trimestre, manter o *guidance* e ter o conforto necessário de que vamos atingi-lo sim. Outro ponto que me parece importante é o índice de eficiência administrativa de 3,7%, que é uma das melhores marcas que o grupo segurador atingiu nos últimos anos. Em relação a sinistralidade, seja na saúde, vida, ou no habitacional, nós vemos um decréscimo no primeiro trimestre, bem forte, conforme o Octávio também já descreveu, mas no segundo trimestre, nós já sentimos isso de forma ainda mais latente. Então, a baixa da sinistralidade associada aos novos negócios, aos novos incrementos no faturamento que estão de forma consistente, mês a mês, crescendo, nos dão o conforto para o atingimento do *guidance* já no segundo trimestre. E por esta razão não alteramos o *guidance* do grupo Segurador. Não sei

se respondi integralmente a sua pergunta. Qualquer outro ponto, estou à disposição.

Jörg Friedemann (Citibank) - Está perfeito! Muito obrigado pelos esclarecimentos. E só para fazer um *follow up*, vocês falam bastante de qualidade de carteira, mas só para reiterar o nosso entendimento sobre o que vocês vislumbram de convergência da cobertura para o final do ano. Só para termos a certeza que estamos trabalhando com os números corretos.

Octavio de Lazari Junior - Oi, Jörg, prazer em falar com você, querido. Nós estamos com um indicador de 235%. Ele está até um pouco maior que antes da pandemia. Se puxarmos a linha dos últimos 10 anos, você vai ver que sempre mantemos. Eu diria que esse indicador vai ficar entre 210%-200%. Acho que não foge disso. Entre 200% e 210%.

Jörg Friedemann (Citibank) - Perfeito! É que eu vi que vocês estão mantendo ainda aquela provisão adicional em níveis bastante altos. Acho que é o que dá esse conforto também. Obrigado, muito obrigado pelos esclarecimentos!

Octavio de Lazari Junior - É isso mesmo, Jörg. Você está certo, obrigado!

Operador - A próxima pergunta vem de Pedro Leduc, Itaú BBA.

Pedro Leduc (Itaú BBA) - Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Ela vem em relação ao *update* de *guidance* de despesas com PDD. Muita coisa mudou desde o último trimestre. Vocês revisaram para cima NII e também revisaram para cima essa expectativa com despesas de provisão. Aqui eu queria explorar um pouquinho mais o conforto que vocês têm para guiar aí para um *mid point* de R\$19 bi. Parece muito com os *run rates* que a gente teve neste primeiro trimestre, teria sido até maior, se não tivesse tido uma recuperação de *impairment*. A linha de NPL, tanto como NII, parece que está subindo mais rápido. Quando falávamos de NPL pré-pandemia, do meio para o final do ano e já estamos lá. Indicadores de 90 dias de Bradesco parecem piores do que o da indústria já faz alguns trimestres. E ainda assim, vocês parecem ter o conforto que despesa com PDD não sobem muito mais que o nível que a gente viu neste primeiro trimestre. Queria entender um pouquinho mais o que vocês estão vendo, já mencionaram aí 20 bps aqui no segundo trimestre e especificamente, *SMEs*, que parece estar um pouquinho mais nervoso aqui, se vocês estão fazendo alguns ajustes já na originação para dar esse conforto de ter esta despesa com PDD controlada nesses níveis no final do ano ou se é realmente uma melhora macro que vocês estão vendo, para dar esse conforto. Obrigado!

Leandro Miranda – Oi, Pedro, é o Leandro falando. Basicamente, o que nós temos visto é que o *NPL* deve estar subindo mais uns 10-20 bps no próximo trimestre e depois isso aqui se estabelece no segundo semestre. Em relação a cada um dos segmentos que nós atuamos, temos visto, até pelo resultado do *impairment*, que o segmento de grandes empresas tem melhorado na qualidade creditícia. Então esperamos que isso aqui continue também. Se você reparar, o nível de inadimplência caiu nesse segmento, então também é um conforto extra que a gente tem. Na linha de provisionamento, devemos ter alguma coisa próxima dos R\$20 bilhões que sinalizamos. Os nossos modelos de perda esperada estão indicando no cenário que temos hoje, com as premissas que o nosso departamento de economia tem usado. Então, nós estamos tranquilos que voltaremos para o nível de 2019 e que depois disso, nós devemos manter os coeficientes que indicamos.

Octavio de Lazari Junior - Só para complementar, a inadimplência em grandes empresas, quando tem algum problema em vista, todo mundo fica sabendo, porque sai nos jornais, todos têm conhecimento. Não tem nenhuma grande empresa que você tenha no radar que possa estar com problema. Então não devemos ter surpresa nas grandes empresas, o que nos dá esse relativo conforto de soltar esse novo *guidance* de despesa de PDD.

Leandro Miranda - E tem duas coisas para adicionar, Pedro. Primeiro que relativamente o tamanho da carteira, nós já somos o banco mais provisionado. Quando você olha os demais bancos, você vai ver que eles têm que reforçar a provisão para ficar em níveis próximos ao nosso. A segunda coisa é que nós temos a maior carteira corporativa do Brasil, então, relativamente, por mais que a gente tenha visto uma mudança de *mix*, ela ainda é, em termos de volume, bem menor no segmento de pessoa física e pequenas e média empresas do que a gente tem em grandes empresas. Então, é esse benefício que trazemos por conta desse equilíbrio.

Pedro Leduc (Itaú BBA) - Está certo. Então se eu entendi direito, o *NPL* pessoa física talvez está um pouco mais rápido, só que grandes empresas está dando esse conforto para o balanço de vocês. Está clara a foto, obrigado! E pessoas físicas, algum ajuste sendo feito na originação, porque realmente parece que está um pouco acima do sistema, né?

Leandro Miranda – Não, o que acontece aqui, como o Octavio estava comentando, é que nós estamos com o *mix* de produtos mais rentáveis que puxam mais provisão, como é o caso do cartão de crédito, do rotativo, do parcelado, e uma diminuição daqueles produtos em que sempre lideramos, que são produtos, por exemplo, de baixo risco como imobiliário que, portanto, tem um spread menor. Então, você verá que, relativamente, essa carteira traz mais retorno, mas puxa mais PDD também. O que olhamos aqui, no final das contas, é o spread líquido - que tem crescido, só neste trimestre foram 30 bps.

Octavio de Lazari Junior - Inclusive quando você incorpora a nova Selic nos modelos de crédito e *analytics*, é natural que você tenha uma mudança, então não é que colocamos freio, mas é que a nova taxa de juros exige mais renda e outros fatores do cliente para que a operação possa entrar. Então é meio que um movimento natural.

Pedro Leduc (Itaú BBA) - Está super claro, gente. Obrigado e até o próximo trimestre!

Octavio de Lazari Junior – Obrigado, Pedro, tchau!

Operador - Seguimos com Carlos Gomez, HSBC.

Carlos Gomez (HSBC) - Bom dia e obrigado! Queria perguntar sobre capital, foi estável no tri, 12,5% de CET1. Qual o objetivo para o final do ano e qual consequência vai ter para *payout* da companhia? E a segunda pergunta é: com os *valuations* até agora no mercado, teria sentido para o banco consolidar o setor de *fintech*, fazer mais investimentos? Sem mais colocações. Muito obrigado!

Carlos Firetti - Carlos, eu não entendi essa sua última pergunta. Você pode repetir, desculpe.

Carlos Gomez (HSBC) - Se faz sentido comprar alguma *fintech* que está no mercado com os *valuations* que tem hoje?

Carlos Firetti - Em relação a capital, temos uma posição bastante confortável, a nossa operação vai continuar gerando capital até o final do ano. Eu acho que a posição de capital que a gente tem hoje, para nós, é uma posição que parece adequada para o momento. Em termos de dividendos, nós devemos manter a nossa política de *payout*, pagando integralmente os juros sobre capital próprio e mantendo o *payout* nos níveis que temos visto. Por enquanto, a política não tem nenhuma mudança.

Octavio de Lazari Junior - Com relação a aquisição de *fintechs*, tem dois aspectos importantes. O primeiro é que continuamos olhando e está no nosso radar, tanto do Renato, como do Curt, como do Giovane, olharmos muito empresas que façam sentido e que possam trazer valor agregado para as nossas empresas, ou antecipar

o movimento que temos que fazer da evolução tecnológica. Muitos negócios estão sendo olhados e, se fazem sentido, fazemos a aquisição. O próprio Bitz adquiriu duas empresas, a 4ward e a Dindin. Adquirimos, trouxemos a competência do *management* e crescemos com essas empresas. E do outro lado, nós também temos – aliás, tem mais dois lados – tem o lado do *private equity*, que é nosso fundo de investimento em que temos várias empresas em que somos investidores, nunca como controladores e sempre como investidores com a participação de 10%, 15% ou 20% no máximo, são 17-18 empresas investidas no total, que nós também continuamos olhando e continuamos fazendo aquisições de algumas empresas. O Curt também tem uma outra iniciativa que é uma empresa de investimento em outros negócios que façam sentido para organização, para acelerarmos desenvolvimento tecnológico e a Bradesco Seguros também tem uma vertente importante de inovação tecnológica lá, mas não só inovação tecnológica, mas também em negócios complementares ao nosso negócio. Investimentos em Fleury, em Orizon e em várias empresas que o grupo segurador tem também. Esse assunto de aquisição ou de investir em *fintechs* é algo que está no radar permanente do banco.

Renato Ejnisman - No next, neste trimestre, só para complementar, anunciamos a aquisição da Aarin, que é uma *fintech* que faz tanto serviço de pix, quanto *check-out*, que vai nos ajudar a ter controle do nosso *cashback* dentro do ecossistema do next e já havíamos anunciado não exatamente a compra da carteira, mas uma transação que nos permitiu trazer a carteira de pessoa física dos clientes do BS2.

Octavio de Lazari Junior - Isso! Bem lembrado, Renato.

Carlos Gomez (HSBC) - Muito Obrigado!

Octavio de Lazari Junior - Um abraço!

Operador – Obrigado! Seguimos sem perguntas e para as considerações finais do Bradesco.

Leandro Miranda - Obrigado a todos pela participação. Encerramos, portanto, a conferência e, caso tenham questões adicionais ou pontos que vocês gostariam de maiores esclarecimentos, nosso Departamento de Relações com Investidores está sempre à disposição. Muito obrigado!

Octavio de Lazari Junior – Obrigado, gente. Boa tarde a todos e obrigado pela atenção de vocês. Estamos à disposição. Um abraço!



Operador – Obrigado! A teleconferência do Bradesco está encerrada. Agradecemos a participação de todos. Tenham um ótimo dia.