



Banco Bmg
VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS – 2T22
12 de Agosto de 2022

Danilo Herculano:

Bom dia a todos, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à videoconferência de resultados do 2T22 do Banco Bmg. Meu nome é Danilo Herculano, sou responsável pelas áreas de Relações com Investidores, M&A e Novos Negócios aqui no Banco. E hoje conosco, temos a Ana Karina, nossa CEO, o Flávio Neto, nosso Vice-Presidente e DRI, e o Roberto Simões, Diretor responsável pelo atacado, captação e tesouraria do Banco Bmg.

Informamos que essa videoconferência está sendo gravada e será disponibilizada no site de RI: www.bancobmg.com.br/ri. Depois da apresentação iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. As perguntas devem ser feitas por meio dessa plataforma de webcast. Lembrando que o nosso material de divulgação já está disponível para *download* no nosso site, na aba Central de Resultados.

Antes de prosseguir, gostaria de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante a videoconferência relativas às perspectivas dos negócios do Banco, devem ser tratadas como previsões. Investidores e analistas devem compreender que condições gerais, condições do setor e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros do Banco e podem conduzir a resultados que diferem daqueles expressos em tais condições futuras.

Gostaria de passar agora a palavra para a Ana que iniciará a apresentação. Por favor, Ana, é com você.

Ana Karina Dias:

Olá, bom dia. Obrigada, Danilo. Queria agradecer a todos pela presença para a nossa videoconferência de resultados do 2T22.

Começando com a página 2, reforçando os nossos destaques do 2T22. Chegamos a 11 milhões de clientes, crescimento de 41% ano sobre ano, 7,4 milhões de contas digitais, R\$20,8 bilhões de carteira de crédito, crescimento de 21% *quarter* contra *quarter*, e um lucro líquido de R\$ 52 milhões, crescimento de 7% em relação ao último trimestre.

Alguns destaques importantes: nós emitimos uma letra financeira subordinada de R\$ 251 milhões; fomos o primeiro Banco a apoiar a Agenda Positiva de Governança, uma iniciativa do IBGC; adesão ao Fórum e aos dez compromissos da empresa com os direitos LGBTI+; e adesão ao Movimento Mulher 360, pelo desenvolvimento econômico da mulher, reforçando a nossa agenda ASG.

Na página seguinte, página 3, reforçamos o nosso Banco completo em que há um ecossistema bem robusto. Continuamos nessa jornada de transformação desse ecossistema robusto no varejo, complementado com competências dedicadas e maior eficiência na gestão de capital no atacado.

Com isso, na página 4, dos nossos 11 milhões de clientes, 58% já têm produtos de crédito, podendo se relacionar com o Banco, como, quando e onde desejarem.

Esses clientes podem se relacionar através do Banco digital, como eu falei, das 7,4 milhões de contas; da nossa franquia help!, com 829 lojas; de nossas parcerias com os varejistas, que contam com 329 lojas ativas; da nossa central de atendimento; das 22 agências bancárias; e da nossa parceria com os correspondentes. Temos também 4,2 milhões de clientes cadastrados para interação com o Banco via WhatsApp. Ou seja, o cliente pode se relacionar com o Banco de uma forma extremamente digital, como nós reforçamos na nossa estratégia.

Na página 5, nós reforçamos a nossa centralidade no cliente. Na última apresentação dos resultados do 1T22, nós tivemos aqui o nosso diretor de qualidade comentando a nossa estratégia de atendimento. Por isso, reforço como essa estratégia tem evoluído, desde a nossa segmentação de atendimento, trazendo cada vez mais empatia para nosso cliente, com torcedor atendendo torcedor, a nossa célula 60+, e principalmente, de uma resolução mais rápida do atendimento, levando nosso NPS para 66. Esse foi um aumento bem significativo de 43p.p. ano contra ano.

Também temos o nosso cliente migrando cada vez mais para o autoatendimento, com esse canal ganhando relevância. Enquanto em 2020 tínhamos 32% de clientes no autoatendimento, hoje já temos 57%, e desses clientes 78% já resolvem seu problema pelo autoatendimento antes de um transbordo para o atendimento humano, físico.

Na página 6, reforçando a nossa estratégia digital. Tivemos um crescimento de 60% nas contas digitais e um crescimento de 184% no volume transacionado nos cartões, levando a R\$ 964 milhões no trimestre. Temos R\$ 5,1 bilhões de *cash in* nas contas digitais no 2T22, crescimento de 94% ano contra ano e R\$ 1,2 bilhão de saldo de investimentos, crescimento de 79% ano contra ano.

Passando agora para na nossa página 7, a nossa parceria com varejistas. É o terceiro trimestre que comentamos sobre a parceria com varejistas, que agora já se torna uma realidade, onde temos R\$ 185 milhões de volume transacionado nos cartões no 2T22 e 57% de compra *off us*. O que significa isso? Significa que o cliente está comprando fora do ambiente do varejista, ou seja, depois que fez a primeira compra, o cliente continuou usando o cartão, e isso reforça muito a principalidade.

Nesse trimestre atingimos uma carteira de crédito de R\$ 181 milhões e com 161 mil cartões emitidos. E como comentei anteriormente, 329 lojas ativas.

Por fim, na página 8, quero reforçar esse nosso ecossistema. Eu falei do Banco completo e este conta com esses investimentos que reforçam bastante a nossa proposta de valor. Desde seguridade, que é a corretora de seguros e a Bmg Seguros, que apresentou equivalência patrimonial de R\$ 17,3 milhões no semestre.

O nosso ecossistema de *startups*, com a Rarolabs, a O2OBots e iCertus, com equivalência patrimonial de R\$ 1 milhão. E as nossas investidas, que já comentamos bastante em videoconferências anteriores, como a Araújo Fontes; a Granito, adquirente; a help!, que é a nossa rede de franquias; e a CBFácil, que são nossas lojas próprias; todo esse ecossistema levando a R\$ 13,5 milhões de equivalência patrimonial.

O somatório disso tudo, mais outras investidas, chegando a R\$ 31,8 milhões, de equivalência patrimonial no 1S22. Essa estratégia de investidas é muito importante para reforçar a nossa proposta de valor e reforçar esse nosso ecossistema de Banco completo.

Quero agradecer a participação aqui e passar a palavra para o Flávio.

Flávio Neto:

Obrigado Ana. Bom dia a todos. Vamos começar falando sobre os nossos principais produtos e negócios, começando pela página 10. Nós apresentamos o crescimento da carteira de crédito, que chegou a R\$ 20,8 bilhões neste último trimestre (2T22), um crescimento bem forte, de 43% ano contra ano e 21% contra o último trimestre.

E o principal destaque é que viemos crescendo em linhas bastante seguras, esse crescimento do último trimestre ficou bastante galgado, principalmente no empréstimo consignado, mas também com crescimento da carteira de cartão consignado e o empréstimo pessoal, o FGTS, que continua também em um ritmo forte de crescimento.

A qualidade das nossas carteiras, como vocês podem ver, o nosso indicador de inadimplência E-H, ele apresenta uma melhora, mas essa melhora se dá basicamente devido tanto à dinâmica de crescimento de carteira quanto ao remix da carteira, uma vez que nós viemos crescendo em produtos bastante seguros.

Seguindo para a página 11, apresentamos o crescimento da carteira de cartão de crédito consignado. Depois de alguns trimestres de queda de originação, estamos com bastante confiança para voltar a crescer esse ritmo de originação, dada toda a melhoria que fizemos nos nossos processos de originação ao longo do tempo. A originação subiu de R\$ 690 para R\$ 883 milhões neste último trimestre (2T22).

E temos grande perspectiva de crescimento com relação a entrada no mercado de um novo produto, uma nova espécie de cartão de crédito consignado, que é o cartão consignado de benefícios. Esse produto foi aprovado recentemente para o INSS e deve entrar em operação ao longo do 3T deste ano. Por enquanto, ainda não está refletido nos números esse grande crescimento advindo da carteira de INSS. Porém, existe uma expectativa forte de originação para os próximos trimestres.

Seguindo para a página 12, apresentamos o produto de empréstimo consignado, que sem dúvidas foi o grande destaque de crescimento desse trimestre. Esse produto atendeu uma demanda reprimida que existia do público LOAS. O que é isso? O público LOAS é aquele público coberto pela Lei Orgânica de Assistência Social e isso abrange cerca de 3 a 4 milhões de indivíduos que até então não tinham acesso ao empréstimo consignado. E com a nova lei, eles passam pela primeira vez a ter acesso a esse produto e obviamente existe uma demanda reprimida muito grande, o que nos possibilitou a originar mais de R\$ 2,2 bilhões ao longo desse último trimestre.

A demanda continua forte, obviamente, não devemos ver esse tipo de número se repetir nesse patamar, mas ainda assim devemos estabilizar em um patamar acima do que nós vínhamos operando até então.

Passando para a página 13, apresentamos a nossa carteira de crédito pessoal, dividida em basicamente três segmentos: crédito na conta, antecipação FGTS, e o cartão de crédito aberto.

Os produtos que vêm ganhando maior empuxo de crescimento ao longo dos últimos trimestres tem sido os cartões de crédito aberto, previamente mencionado pela Ana, tanto através do nosso banco digital quanto através das parcerias com varejistas, que sempre tem aquela questão da compra com propósito, que acaba também, de certa forma, mitigando nosso risco.

E o produto FGTS, que também continua uma originação robusta, porém aquém do que foi os dois últimos trimestres, basicamente por conta de medidas do governo de liberação do FGTS. Por exemplo, houve o saque de R\$1,000 e outras formas de acesso ao FGTS, o que acabou temporariamente reduzindo a nossa demanda.

Seguindo para a tela 14, vamos falar do nosso *business* de seguros. É um negócio que continua crescendo, em termos de prêmios emitidos através da Bmg Corretora, nós somamos mais de R\$ 200 milhões no último trimestre (2T22), e uma carteira de segurados bem robusta, de 3,4 milhões.

E com isso, temos uma cobertura bastante ampla da carteira em termos de seguro prestamista, o que nos permitiu recuperar cerca de R\$ 8,3 milhões só neste 1S22 do ano, por conta dessa carteira ter esse tipo de cobertura. Isso vem gerando um resultado de equivalência patrimonial nesse último trimestre, de R\$ 7,5 milhões no trimestre, o que mostra o sucesso da nossa sociedade na Bmg Corretora.

Com isso, eu passo a palavra para o meu colega Roberto para dar sequência na nossa apresentação.

Roberto Simões:

Obrigado, Flávio. Bom dia, quase boa tarde a todos. Eu vou iniciar no slide 16 e contar sobre a nossa trajetória e estratégia dentro do banco de atacado. O Bmg no seu braço de atacado, tem cada vez mais ampliado sua atuação e competências no sentido de dar mais abrangência e ser um banco mais completo neste nicho também.

Destaque para a parceria com a Araújo Fontes, que é uma boutique de investimento e assessoria financeira com vasta experiência em operações de banco de investimento, mercado de capitais e gestão de recursos, onde capturamos sinergias em comum, aliando a capacidade de originação do Banco Bmg e a força do balanço, com toda a expertise da Araújo Fontes em produtos e na cultura de IB.

Acreditamos fortemente que estamos construindo uma franquia forte, aproximando nossos clientes atuais e novos ao mercado de capitais na busca de oferecer sempre melhores soluções às necessidades desses clientes. Nesse slide podemos ver o sintético dessa atuação recente e algumas operações de mercado de capitais recentes que o Banco atuou.

Indo para a página 17, vemos a atuação das carteiras de atacado do Banco. Eu gosto de destacar, principalmente o lado direito, que é realmente a estratégia de atacado do Banco do dia a dia, onde temos as operações crédito, com uma carteira pulverizada, contando majoritariamente com garantias reais, apresentando um processo de crédito muito conservador e minimizando os riscos.

Os TVMs, que olhando para frente, vocês verão um crescimento dessa linha, de forma natural, advindo da própria atuação do Banco, de maneira mais presente no mercado de capitais, devido nossa parceria com a Araújo Fontes mencionada anteriormente.

E as operações de receitas não crédito, destaco a área de soluções de tesouraria, que é a mesa clientes, que captura de uma forma bem efetiva e diversificada toda a questão de *cross-sell* dentro do ambiente dos clientes de atacado.



No slide 18, dada a expertise do Banco Bmg, estamos ampliando também nosso escopo de atuação, entrando no *middle market*, mas de uma forma estruturada. buscando escalabilidade, com foco no monitoramento intensivo de garantias durante todo o ciclo de vida da operação, o que minimiza de uma forma consistente a questão do risco. Para isso, foi feito todo um investimento tanto nas esteiras e equipes de controle, quanto no time de originação com expertise específica.

Podemos ver o tamanho do mercado potencial, a nossa atuação se inicia com foco, principalmente no Sudeste e Sul. Vemos essa linha como uma alavanca importante de ROAE, com risco controlado. Então, é uma nova linha de negócio que nós estamos muito animados de estar iniciando agora.

Podemos avançar para o slide 20, onde falo sobre a captação, ALM e *funding*. Nossa energia maior tem sido bem concentrada na questão de diversificação de fontes de *fundings*, o que é fundamental. E à direita do slide, vemos nesse círculo, um conjunto de instrumentos, que vou abrir um pouco mais na sequência, mas mostrando justamente essa estratégia.

Vemos à esquerda do slide, a evolução do *funding* total, que tem acompanhado o crescimento do Banco, mas sempre respeitando a manutenção de um caixa confortável, que é a premissa básica para dar segurança na execução do plano de negócios do Banco de forma consistente e conservadora.

Agora, destacando esses pilares de diversificação que coloquei, vamos citar alguns e colocar como que eles estão se encaixando. As plataformas de distribuição, que além de serem um canal super potente de resposta rápida, têm se mostrado ultimamente, em uma evolução, nos últimos cerca de oito meses, muito mais diversificado dentro do próprio ecossistema desse tipo de canal, com novas plataformas grandes, ganhando relevância, formando o ecossistema mais diversificado.

O canal *corporate* tem uma sinergia grande, e um *cross-sell* importante dentro da nossa operação de atacado, dentro dos nossos clientes de atacado, então, é um canal natural. O orgânico, que é onde nós buscamos capilaridade com toda a nossa operação de banco digital, todo o ecossistema de clientes lá dentro e outros clientes vindos de outros canais do Banco.

E o canal que eu gosto mais, e que está mais dentro da nossa estratégia de crescimento interno dos canais, é o que vem, de forma relativa, crescendo mais nesse *mix* de diversificação, que é o institucional.

O que eu destaco nesse canal? Que o Bmg, desde o ano passado, vem fazendo um grande trabalho de aproximação com o universo dos emissores institucionais, se posicionando como um emissor recorrente do mercado de capitais, acessando novos investidores. E dando principalmente transparência e visibilidade para o case do Bmg.

Isso tem um impacto direto na construção de uma curva de preços do Banco; na liquidez dos nossos papéis, ou seja, fomenta mais liquidez para os nossos próprios papéis; e também impacta positivamente o *funding* como um todo. Na parte de baixo do slide, nós vemos uma linha com algumas operações recentes mostrando essa recorrência e que nós estamos realmente acessando de forma muito mais recorrente, intensiva.

E eu sempre comunico nos nossos *roadshows* e nas conversas com os investidores institucionais, que esse é um caminho contínuo para nós, estar sempre com ofertas públicas. E esse canal vocês verão na evolução futura, que é um canal que vai cada vez mais ocupar

uma relevância relativa maior dentro do escopo do *funding* do Banco como um todo e nas estratégias de ALM.

Avançando para o slide 21, reforço uma busca contínua por maior eficiência na gestão do ALM integrado, aprimorando as políticas e as ferramentas, sempre com foco na preservação de margem financeira e minimizando os impactos de conjuntura e de política monetária, enfim, que são um grande *issue*, e trazendo mais previsibilidade de margem, mais estabilidade quando projetamos o futuro.

Também destaco à esquerda do slide que quando vemos o *duration* do passivo e o *duration* do ativo nós temos um gap positivo, então, o nosso passivo é um pouco mais alongado do que o nosso ativo. E um ponto que comunica com a fala do Flávio, aqui à direita do slide, a evolução do nosso caixa total. Nós vemos uma queda no 2T22 muito explicada, justamente por esse trimestre muito forte, recorde de originação.

Vemos uma queda do caixa, mas mesmo assim preservando níveis muito confortáveis com relação ao caixa, que preserva toda a capacidade do Banco para continuar sua expansão de uma forma previsível, que é o que nós sempre gostamos de ter, esse conforto.

Por fim, vou mencionar mais um ponto que são algumas alavancas dentro da gestão e dos instrumentos que nós contamos, que são hoje muito pouco explorados dentro do mix que trabalhamos na gestão do ALM, que são as cessões de carteira e também os instrumentos híbridos de capital e *funding*, que podem contribuir no futuro para ter um papel mais central diante dos outros instrumentos e trazer mais conforto, eficiência e agilidade para a nossa gestão. Obrigado.

Vou passar a palavra agora para o meu colega Danilo, que vai dar continuidade à apresentação. Obrigado, pessoal.

Danilo Herculano:

Obrigado Simões. Obrigado pela participação de todos. Indo para o slide 23, vemos como que a nossa receita vem aumentando há alguns trimestres, o Flávio passou bem pelo crescimento da carteira, o Simões agora pelos desafios do *funding*.

Parte desse aumento da receita nominal que já estamos percebendo há alguns trimestres, é oriundo justamente pela maior carteira que está sendo empilhada e offsetado parcialmente por esse aumento das despesas dos passivos onerosos do Banco, mas já demonstrando uma tendência de alta, percebida há alguns trimestres.

Do lado direito do slide, importante destacar que, além da despesa de PDD, quando nós ajustamos ao custo de crédito, excluimos também a comissão paga aos correspondentes bancários e aos nossos franqueados.

O NIM ajustada ao custo de crédito também apresentou uma tendência de alta de 3,2% nesse último trimestre (2T22) e com impacto positivo na menor despesa de provisão, como apresentado pelo Flávio, dado que o crescimento recente é de uma carteira de altíssima qualidade, destacando praticamente o crescimento dos produtos de consignado recente, e o FGTS, que já vem há dois, três trimestres ganhando relevância dentro do nosso portfólio.

Indo para a página 24, vemos no primeiro gráfico do lado esquerdo, um aumento no nosso índice de eficiência, que ficou em cerca de 70%, principalmente oriundo ao aumento dos

custos percebidos desse trimestre. Aumentos esses já esperados, dado a quase 9 vezes maior originação no empréstimo consignado no trimestre.

Com isso, temos alguns custos, naturalmente que vêm por causa desse volume, por esse crescimento do volume, sabendo também, que temos construído uma carteira saudável, dada a sua característica de consignação, para justamente trazer os resultados esperados no futuro próximo.

Do lado direito do slide, seguimos fortalecendo as nossas atuações na causa raiz, destacando realmente que todo o aprendizado do Bmg já vistos nesses últimos trimestres e comunicados ao mercado, é implementado para o lançamento do cartão consignado de benefício.

Então, seguimos trabalhando forte na administração. As despesas de provisão operacional encerraram o trimestre em R\$ 123 milhões, dentro do nosso *guidance* esperado para o 1S22, mas com a nossa certeza de olhar para frente dessa nova carteira que está sendo empilhada, com toda essa curva de aprendizado já em uma originação de muita qualidade.

Indo para a página 25, destacamos o Índice de Basileia, a Ana Karina citou e o Simões reforçou a emissão de letras financeiras subordinadas, que aconteceu nesse último semestre de 2022, já está sendo considerada no Basileia de junho em 13,4%.

Mas trazendo um reforço que estamos apresentando há alguns trimestres, como seria esse Basileia do Banco caso os efeitos do MtM não tivessem consumido o patrimônio de referência? Caso estivesse 100% carregado nós veríamos um Basileia potencial de 17,1%, contudo, é esperado que até o final de 2023 60% desse MtM descarregue.

A principal mensagem dessa tela com certeza é que a administração está confortável com a sua estrutura de capital, enxergando os crescimentos esperados futuros, e dado os instrumentos que têm de posse atuais e que ainda podem se valer.

E para finalizar a apresentação, no slide 26, trouxemos um histórico do *dividend yield*. É sabido pelos investidores a nossa estratégia de maximizar o pagamento de JCP, refletindo em um pagamento de um *dividend yield* de 9,2% no ano de 2021. E trazendo aqui a metodologia aplicada pela Bloomberg, observando a cotação de fechamento do dia 10/08/22, um *dividend yield* potencial para 2022 de 11,8%, demonstrando que o papel tem um ótimo potencial de carrêgo, mesmo com as taxas de juros atuais.

Encerro aqui a apresentação. Iniciaremos a nossa sessão de perguntas e respostas. Relembrando a todos que as perguntas podem ser feitas por meio deste chat, na nossa plataforma de webcast.

Rita de Cássia, Investidora Pessoa Física (via webcast):

Queria entender a dinâmica da margem financeira. Por que o nominal aumentou, mas o percentual caiu?

Danilo Herculano:

Vou tomar liberdade de começar essa primeira pergunta, mas deixo aqui em aberto para os meus colegas complementarem na sequência.

Rita, a margem caiu neste trimestre, dado o remix dos ativos. Os dois principais produtos que cresceram dentro da nossa carteira, foram o FGTS, como eu citei, que já vinha crescendo há

alguns trimestres. E nesse último trimestre agora, o LOAS, que foi um empréstimo consignado, que o Flávio citou dentro da sua apresentação.

Esses produtos, de fato, são os dois produtos de menor taxa. No mesmo momento que nós empilhamos um portfólio robusto com esses dois produtos de menor taxa, mas com a inadimplência estável e previsível no tempo, tivemos um aumento do custo médio dos passivos, principalmente impulsionado pela taxa Selic, fazendo de tal forma que a margem financeira em percentual seguisse caindo, enquanto a nominal seguisse subindo.

João Vicente de Abreu, Investidor Pessoa Física (via webcast):

Parabéns pelos resultados, em especial pelo crescimento da carteira. Como funciona o cartão benefício? Qual o potencial deste novo produto?

Danilo Herculano:

Gostaria de endereçar essas perguntas para o meu colega Flávio.

Flávio Neto:

Obrigado pela pergunta, João Vicente. O cartão benefício é um produto que eu destaquei que nós estamos com uma expectativa bastante elevada. Ele guarda bastante similaridade com um produto de cartão de crédito consignado, de forma que ele é um cartão de crédito, é um cartão de crédito bandeirado, e o pagamento mínimo é descontado em folha de pagamento.

A exemplo do que acontece no cartão consignado, ele também possui uma margem exclusiva dentro do contracheque do cliente. Então, cada um dos produtos possui 5% de margem exclusiva e, portanto, não competem entre si.

Em termos de potencial de crescimento, nós comparamos com produto de cartão consignado, e vemos que temos uma carteira de mais de R\$ 8 bilhões de cartão consignado. Obviamente que o nosso *market share* do produto de cartão consignado é um *market share* bastante relevante, e é improvável que nós consigamos repetir esse *market share* no curto prazo, pois este é um produto mais maturado do que o cartão benefício.

Mas nós esperamos que dentro de alguns anos, tenhamos um potencial de chegar no limite, até o tamanho da nossa carteira de cartão consignado. Óbvio que isso não vai acontecer no primeiro ano, no segundo ano, mas é bastante provável que nós atinjam um patamar próximo a esse nível.

José Airtton Melo, Investidor Pessoa Física (via webcast):

Bom dia. Como o Banco espera entregar um ROAE de 15%, se quando a receita aumenta, os custos administrativos aumentam na mesma proporção?

Danilo Herculano:

Bom, eu vou começar a responder essa resposta, e endereço aqui também para o Flávio e para a Ana apoiarem na sequência.

Como foi visto neste trimestre (2T22), tivemos um forte aumento da originação incorrendo em custos, podemos citar alguns exemplos, como, a mesa antifraude. E nesse trimestre específico foi um crescimento de quase 9 vezes na originação apenas em um produto, o que

naturalmente fez com que o Banco parasse alguns desenvolvimentos, investisse em algumas frentes, e também os custos naturais de um aumento como esse. O Flávio também citou na sua apresentação que não é esperado que ele continue nesse patamar.

A contrapartida disso, quando observado no ano de 2023, é o portfólio saudável que o Banco está construindo justamente para endereçar isso, sem pressões de inadimplência, tanto nos produtos consignáveis quanto no FGTS, por exemplo.

Em adição a isso, observamos ao longo da apresentação, uma ótima atuação da nossa corretora, que com esta vinda desse novo cliente para dentro da base do Banco, otimiza também o potencial da venda de seguros. Já vimos nos produtos de empréstimo consignado, cartão consignado e crédito na conta, a ótima penetração que os produtos de seguro têm, o que é esperado nos próximos meses também para o seguro para o produto de FGTS.

Flávio Neto:

Complementando a fala do Danilo, na mesma direção, mas talvez uma outra forma de colocar. Sempre que nós originamos uma carteira, sempre que nós crescemos em algum produto, essa carteira gera, dividindo em dois custos: o custo de manutenção o quanto essa carteira custa no mês a mês; e o custo inicial de crescimento da carteira, ou seja, o custo de colocar o cliente para dentro, custo de fazer a concessão de crédito.

Então, dado que nós estamos em um trimestre de crescimento de carteira muito forte, como eu falei, nós crescemos nossa carteira de varejo mais de 20% só neste trimestre, isso acaba puxando esse custo de originação. Por outro lado, nos próximos trimestres teremos uma carteira muito mais robusta, uma carteira geradora muito mais alta, que não tem mais custo administrativo de originação, ela passa agora a ter um custo de manutenção, o que acaba aliviando um pouco a base de custos.

Rafael Reis, Banco do Brasil (via webcast):

Parabéns pelos resultados, amigos. Vocês poderiam explorar um pouco da dinâmica de provisões para as ações cíveis nesse trimestre? Senti falta na apresentação.

Danilo Herculano:

Vou tomar a liberdade de começar, Flávio e Ana, dado que a tela foi comigo. De fato, como nós temos falado em várias videoconferências com vocês, a dinâmica das ações cíveis traz algumas variáveis exógenas. Então, nós acompanhamos alguns indicadores que potencializam a qualidade dessa originação, como, por exemplo, o índice de reclamação do Banco Central e a entrada de novas ações.

Com base nesses indicadores, vemos de fato que as novas safras vêm apresentando uma qualidade melhor, contudo, o trabalho para administrar as safras já com potenciais vistos nessa originação continua sendo feito, então, naturalmente, essa despesa, dadas as variáveis exógenas, não segue uma linha linear, nem de alta e nem de baixa.

O aumento neste trimestre não significa que a administração está com a expectativa de alta. Pelo contrário, reforçamos aqui os volumes de despesa esperados para 2022 no centro do *guidance*, para essa linha de provisão operacional.

Mas também gostaria de aproveitar a pergunta para reforçar que a administração segue confiante para voltar a crescer o portfólio, tanto no produto cartão de crédito consignado o

que já foi percebido com essa volta de crescimento ao longo deste trimestre, como no cartão consignado de benefício, aprovado recentemente, que nós esperamos colocar no ar essa operação em breve.

Então, é graças a essa melhora na qualidade, essa confiança da administração nessa melhora que o Banco volta a crescer nesse portfólio, explorando esse produto.

Sidney Nascimento, Logan Growth Advisers (via webcast):

Bom dia. Sou o Sidney Nascimento da Logan Growth Advisers. Parabéns pelo resultado. Vocês poderiam dar um pouco mais de cor sobre a originação de empréstimo para pequenas e médias empresas? E quanto vocês esperam que essa originação represente na carteira de crédito? Obrigado.

Danilo Herculano:

Flávio, gostaria de endereçar essa pergunta?

Flávio Neto:

Com relação ao segmento empresas, vou dividir em duas grandes estratégias.

Nós temos a atuação na carteira de varejo, e aqui nós estamos falando de pequenas empresas, de micro empresas, que nós fazemos através da nossa parceria com uma das investidas, que é a Granito. Nós fazemos basicamente antecipação de recebíveis de cartão de crédito, uma operação que apesar de ser pequenas empresas, é uma operação que nos traz bastante segurança. E essa carteira já é uma carteira existente, que está dentro da nossa carteira de varejo.

E o que nós estamos expandindo e que o Roberto trouxe como um dos destaques, e que imagino que seja o teor da pergunta, é a nossa carteira de *middle market*, que parte de uma atuação que nós fazíamos até então, no segmento *corporate*, e nós agora estamos descendo essa régua de atuação, pegando empresas de um porte um pouco menor.

Essa é uma carteira que nós temos expectativa de crescimento, porém, não vai ser um crescimento muito acelerado a curto prazo. Nós estamos trabalhando com produtos de bastante garantia, com linhas bastante seguras, e é um segmento que aos poucos, vamos ganhando mais e mais confiança. Mas a curto prazo não deve ser um crescimento super relevante dentro do nosso portfólio.

Roberto Simões:

Eu posso até complementar a questão do *middle market*. Nós estamos falando de empresas em um *range* de faturamento entre R\$ 30 e R\$ 300 milhões. E dentro do crescimento, eu não vou falar crescimento relativo, vou falar crescimento nominal, nós estamos trabalhando em um plano de negócios de três anos.

A carteira deve ficar, no final do ano de 2022, abaixo de R\$100 milhões, e no tempo nós vamos escalando isso. Mas isso em um horizonte de tempo mais ampliado. Tem que ter essa perspectiva que nós estamos vendo essa nova linha de negócio.

Danilo Herculano:

Obrigado, Flávio e Simões.

João Minas, Investidor Pessoa Física (via webcast):

Bom dia. Pretendem participar do crédito consignado de Auxílio Brasil?

Danilo Herculano:

Você nos apoia nessa Ana?

Ana Karina:

Sim, Danilo. Essa é uma decisão técnica, uma decisão importante que requer constante estudo. Mas eu posso afirmar que, nesse primeiro momento, nós não pretendemos entrar. No primeiro momento nós tomamos a decisão de não entrar no Auxílio Brasil.

Danilo Herculano:

Obrigado Ana. Dando sequência, eu vou juntar, temos duas, três perguntas aqui com relação ao JCP, mas todas elas trazem a mesma dimensão, com relação à se o Banco pretende distribuir JCP de forma regular e se já houve pagamento de JCP.

Então hoje, a nossa estratégia, a estratégia da administração, é de maximizar o pagamento de JCP. Então, temos feito isso já há alguns anos e o esperado para esse ano é justamente esse. Então, não há expectativa de pagamento de juros de dividendos, por exemplo, ou de valor adicional ao JCP esperado.

Ainda, o Banco optou por pagamento único de JCP anual, o que está previsto para destaque em dezembro desse ano e pagamento efetivo até o final de março do ano que vem.

Temos aberto uma série de discussões, dada às provocações da nossa base de investidores, sobre potencialmente pagar esse JCP, ao invés de anual, pagar de forma trimestral, e espero até na próxima divulgação de resultados ter esse tema discutido e acordado com a administração para comunicar a todos.

Igor Leão Brasão, Investidor Pessoa Física (via webcast):

Bom dia a todos. Já existe uma projeção de lucro para 2023 e 2024, considerando uma possível redução da Selic?

Danilo Herculano:

Flávio, você quer reforçar o nosso *guidance* de 2023?

Flávio Neto:

Sim. Por hora nós temos um *guidance* que está publicado para 2022 e 2023. E, por hora esse *guidance* está mantido. Com relação à Selic, especificamente, o mercado hoje entende isso, mas no momento atual, com uma Selic elevada, como o Danilo nos mostrou, a nossa margem acaba sendo muito comprimida. No momento de queda da Selic, por outro lado, é um momento que tende a nossa margem a abrir um pouco mais.



Então, sem dúvidas, a perspectiva de queda da Selic futura é bastante positiva para nós, mas ainda não temos qualquer novo *guidance* com relação ao 2023, ou mesmo *guidance* com relação à 2024.

Danilo Herculano:

Encerrando agora a sessão de perguntas e respostas. Eu gostaria de passar a palavra para a Ana Karina para as considerações finais.

Ana Karina:

Obrigada, Danilo. Eu queria reforçar que foi um trimestre muito importante, como eu coloquei lá nos nossos destaques, um trimestre de bastante crescimento. Nós continuamos bastante confiantes da atuação aqui do Bmg. Obrigada a todos pela participação.

Danilo Herculano:

Encerramos agora a videoconferência de resultados do Banco Bmg. Agradecemos a participação de todos. Tenham um ótimo dia.