

Live de Resultados
Banco do Brasil
Resultados do 3º Trimestre de 2022
Novembro de 2022

Sra. Janaína Storti – Gerente Geral de RI

Eu sou Janaína Storti, Gerente Geral de Relações com Investidores do Banco do Brasil.

Sejam bem-vindos à nossa live para discussão dos resultados do 3T22. Nosso evento é bilíngue e conta com tradução simultânea para o inglês. Para escolher o idioma clique no botão do canto direito da tela e selecione o áudio desejado.

Para começar, nosso CEO Fausto Ribeiro e o CFO Ricardo Forni, farão uma breve apresentação do desempenho, e na sequência teremos a sessão de perguntas e respostas. Lembramos aos analistas que apenas será possível fazer as perguntas por meio do link de webcast. Conosco também estão Paula Teixeira, Vice-presidente de Controles internos e Gestão de Risco, João Carlos Pecego, Vice-presidente de Negócios de Atacado, Renato Naegele, Vice-presidente de Agronegócios, e Daniel Maria, Diretor de Finanças e Relações com Investidores.

Passo a palavra ao Presidente Fausto para começarmos.

Sr. Fausto Ribeiro – CEO

Bom dia, bom dia a todos vocês que estão nos acompanhando. É um prazer enorme estar aqui com vocês hoje para falar dos nossos resultados do 3T22. E hoje comemoramos mais um resultado recorde. Foi um desempenho pautado na entrega de valor aos nossos clientes, na aceleração da nossa transformação digital, na sustentabilidade dos nossos negócios e na continuidade da nossa atuação forte nessa pauta nova que é a agenda ESG.

Então, com foco na nossa estratégia, saímos de uma rentabilidade, como os senhores podem observar no gráfico, de 15% para 21,8, com um lucro líquido ajustado de R\$ 8,4 bilhões. E mais do que um resultado forte, entregamos à sociedade um valor adicionado de R\$ 57,8 bilhões, um aumento de 34,8% quando a gente compara com o mesmo período do ano anterior. E essa é uma entrega consistente, que nos dá muito orgulho e é fruto de dedicação dos nossos colaboradores do Banco do Brasil espalhados de norte a sul.

Desde o início desta gestão, estamos ainda mais próximos da nossa força de trabalho. Eu pessoalmente estive em quase todos os estados brasileiros visitando as equipes in loco e visitando também nossos clientes, e assim exercitando aquilo que eu mais defendo, que é a proximidade na prática. E hoje o engajamento do nosso time se reflete claramente em nossos números.

Uma das alavancas do nosso resultado é o crescimento de crédito, com um mix que traz um melhor retorno ajustado ao risco. Por exemplo, no 3T22 nossa carteira de crédito ampliada superou R\$ 969 bilhões, um crescimento de 19% em um ano. Comparativamente ao mercado, o mercado cresceu 16,8, quase 17%, nós estamos em linha com o mercado, um pouquinho acima.

Mantivemos nosso nível de inadimplência sob controle, outro ponto importantíssimo para termos esse resultado maravilhoso, em 2,3%, abaixo do sistema financeiro, conforme os senhores conseguem ver aí na tela, e um índice de cobertura de 234,9%, ainda assim, acima da média do sistema financeiro nacional. E vale destacar que o crescimento da nossa carteira com qualidade é o resultado da boa originação das operações e da acurácia dos nossos modelos de riscos de crédito, que estão em permanente evolução.

Ao longo dos últimos semestres implementamos uma série de iniciativas para aprimorar o relacionamento com os nossos clientes. Estamos cada vez mais próximos e promovendo uma experiência integral, humana, especializada nos nossos canais físicos e digitais, e com isso temos clientes mais engajados e satisfeitos. Vejam que ampliamos o número de clientes engajados, ou seja, aqueles clientes que têm relacionamento frequente, com geração recorrente de negócios em 17% em um ano. É que percebemos que quando o cliente está engajado, temos uma maior geração de resultados e um menor churn, pavimentando um relacionamento duradouro e sustentável.

Aí observamos que a avaliação do atendimento realizado permanece em patamar elevado, com nota 4,81 numa escala de 1 a 5. Então, um bom atendimento se traduz num menor índice de reclamações. E aí nós temos aí, superamos uma marca histórica, a nossa melhor posição na história do ranking do Banco Central: alcançamos a melhor colocação entre os grandes bancos, 14ª posição em termos de reclamações no ranking do Banco Central. Isso é uma marca histórica, é algo que a gente tem que celebrar.

E aí todos esses movimentos que eu acabei de comentar, eles suportam um incremento de mais de 10 pontos no nosso NPS, ratificando a assertividade da nossa estratégia alicerçada na proximidade. Enfim, tudo isso mostra um acerto da estratégia do Banco do Brasil para alcançar um patamar de qualidade e excelência junto aos nossos clientes, mostrando que é possível construir um resultado de um lado, e do outro lado termos clientes também satisfeitos conosco.

Reforçamos o nosso protagonismo em várias linhas de crédito. Por exemplo na pessoa física, nossa carteira de crédito consignado já alcançou mais de R\$ 113 bilhões, com 20% de participação do mercado. É uma linha segura, é uma linha que traz um percentual de retorno bom, um baixo índice de inadimplência, e ao mesmo tempo nós avançamos naquela estratégia que nós já divulgamos aqui na vez passada, de diversificação em linhas de créditos não consignadas, buscando melhorar o mix da nossa carteira e trazer uma margem financeira maior.

Continuamos comprometidos também em apoiar as micro e pequenas empresas, já na segunda vertente, aí. Fomos o primeiro banco a atingir a marca

de 10 bilhões liberados na última tranche do Pronampe – e fizemos isso com maestria, com qualidade: foram mais de 133 mil micro e pequenas empresas contempladas com esses empréstimos, sendo que 40 mil empresas possuem mulheres como dirigentes, essa observação é interessante. Bom, os recursos liberados geraram impactos positivos em todos os setores da economia.

Aí no comércio exterior ampliamos nossa relevância, a nossa carteira ACC/ACE cresceu 36,6%. Aqui vale a pena uma pausa, que novamente estamos no primeiro lugar no ranking do Banco Central no comércio exterior. Isso é muito importante porque a gente acaba fechando um ciclo de atendimento completo aos nossos clientes, principalmente os clientes do agro, que exportam sua produção para o exterior. Então é muito importante que a gente também tenha taxas competitivas para que possamos atender de forma integral os nossos clientes, principalmente aqueles que estão gerando um valor adicional para o banco, significativo, e os clientes do agro se inserem nisso.

E como o maior parceiro do agronegócio brasileiro, que a gente já havia falando, nós já atingimos até posição de setembro, 63,5 bilhões nesse plano safra que se iniciou agora em julho desse ano e vai até junho do próximo ano, e eu posso dizer para vocês que já desembolsamos cerca de R\$ 84 bilhões se nós pegarmos o número da última semana. Então o agro vem forte, vem crescendo, vem sendo suportado pelo apoio do Banco do Brasil, e nós vamos continuar estendendo a mão para o agronegócio brasileiro, que é um segmento muito capitalizado nesse momento, com o preço de commodities favoráveis, índices de inadimplência muito abaixo da média de mercado comparativamente com outros segmentos, e o Banco do Brasil cada vez mais forte e no suporte a essas transações.

E eu não posso deixar de ressaltar a nossa atuação ASG, que está presente de forma transversal em todas as decisões da empresa. Temos ampliado constantemente o nosso portfólio de soluções sustentáveis e estamos atento a novos negócios que gerem resultado financeiro e também impacto socioambiental positivo. E aí, destaque para a nossa carteira sustentável, que alcançou R\$ 321 bilhões em setembro de 2022.

Bom, reforçando o nosso protagonismo no setor, o Banco do Brasil é o maior parceiro do agro, conforme eu mencionei anteriormente, estando presente em toda a cadeia de valor. O crédito agro é o produto com maior NPS no BB. E aí, mais que ofertar crédito, o banco está ao lado dos produtores rurais, conhecendo a realidade no campo, as necessidades e as potencialidades dos clientes, e assim ofertando soluções com assertividade e agilidade.

Com o circuito agro, nós já visitamos mais de 350 municípios e vamos alcançar a marca de mais de 500 até o final desse ano. Ali a gente leva capacitação para agricultura familiar no país todo, a gente leva as melhores práticas de produção, de colheita, enfim, a ideia é levar um conteúdo além do crédito, levar formação, e por isso a gente conta com parcerias com o Senar, com a Embrapa, com os próprios agrônomos do Banco do Brasil para oferecer nesse período mais de 6.000 treinamentos para esses pequenos produtores.

Estamos trabalhando também para desenvolver novas fontes de financiamento do setor. O objetivo é criar uma linha permanente com viés ASG, com custo atrativo e que aos poucos ajude o setor a diminuir dependência de recursos públicos, notadamente aqui os recursos equalizáveis, o famoso subsídio agrícola no Brasil.

Gostaria de ressaltar também o saldo da carteira de Agricultura Sustentável, que registrou um total de 140 bilhões em setembro, atingindo 112% da meta que o BB já tinha definido no início de 2021 em seus 10 compromissos de longo prazo e sustentabilidade. Dentro dessa linha, desses 140 bilhões, nós temos o programa ABC, que é o programa de agricultura de baixo carbono.

Além disso, o BB é digital no campo também. Avançamos em parcerias para trazer inovação no campo. Um exemplo é a FieldPRO, uma startup de inteligência climática, e os hubs de inovação, os P&Ds de sustentabilidade com a Agnest, por exemplo, é uma parceria com a Embrapa, a Bayer e a AgTechGarage, ali onde nós temos um laboratório buscando desenvolver inovações que possam ser levadas ao homem do campo – e o Banco Brasil quer oferecer muito mais do que crédito, quer oferecer também conhecimento e soluções de tecnologia para que a gente tenha mais engajamento e mais negócios, que a agricultura brasileira continue fazendo esse belo trabalho de transformação na sociedade, envolvendo tecnologia, envolvendo recordes e recordes de produção de grãos, gerando para o Brasil cada vez mais reservas cambiais.

Além disso, nós estamos explorando três grandes ecossistemas. Temos investido fortemente no desenvolvimento de novas tecnologias para aprimorar a experiência dos nossos clientes, gerar valor para todos aqueles envolvidos na nossa cadeia de relacionamento e criar novos modelos de negócios, indo além do banking tradicional. Então, para o segmento agro, de pequeno ao grande produtor, nós temos escalado a plataforma digital Broto, que já concretizou mais de 2 bilhões em negócios nos últimos dois anos, facilitando o acesso dos produtores rurais a produtos e serviços bancários e não bancários. E agora continuamos com a empresa Broto, nos preparando para monetizar e impulsionar os resultados dessa plataforma.

Para as pessoas físicas temos a Loja BB. Trazemos ainda mais relevância ao nosso app e aumentando a oferta de produto aos nossos clientes. Com uma audiência relevante, o super app do Banco do Brasil já atingiu o pico diário de mais de 10 milhões de usuários. E nesses 9M22 a Loja BB já movimentou R\$ 680 milhões com vendas de produtos e serviços, e isso oferece ao Banco do Brasil uma comissão que varia entre 5 a 12%, e os números atualizados até a semana passada já estão na casa dos 900 milhões.

Temos hoje mais de 50 marcas oferecendo cashback dentro da conta para nossos clientes, e o nosso próximo passo é a evolução para um modelo end-to-end, fazer o checkout dessas operações, também ofertando a possibilidade do cliente comprar nos boletos e aí sim complementar nossa atividade bancária, que é financiar o comércio.

Então, para as empresas também criamos a plataforma PJ, uma solução que atingiu mais de 530.000 usuários e já realizou mais de 4.000 direcionamentos para páginas dos nossos 21 parceiros. É um espaço para troca de informações, experiências e conexões negociais entre empreendedores e parceiros desse mercado. Ali a gente busca ampliar a nossa parceria estratégica para fortalecimento e complementariedade dos negócios.

E agora falando um pouquinho do core business, das parcerias estratégicas, nós já estamos completando dois anos de parceria com a UBS, temos resultados robustos nesse período. Desde o início participamos de estruturação de ao redor de 345 transações.

E visando expandir essa parceria de sucesso para outros negócios, recentemente assinamos um memorando vinculante para atendimento especializado de Wealth Management nos Estados Unidos. Não será uma parceria exclusiva com a UBS nos Estados Unidos, mas como é uma experiência já de sucesso no nosso mercado, a gente vai levar para os Estados Unidos a possibilidade de podermos ampliar a gestão private nossa, oferecendo aos nossos clientes a oportunidade de ter um conjunto maior de produtos e o famoso Advisory, que é tão importante nessa questão do Wealth Management.

E nessa última semana o BB Asset anunciou sua primeira parceria com uma gestora de fundos independentes, a Occam, e essa parceria busca expandir a nossa atuação na gestão de produtos com estratégias mais sofisticadas, suprir a crescente demanda dos clientes por diversificação, e estreitar nos ecossistemas dos gestores independentes.

Após comunicarmos recentemente o investimento também que fizemos na startup Yours Bank, anunciamos agora um novo investimento no nosso programa de Venture Capital, a Bitfy, uma startup que conecta um grande ecossistema financeiro, que aumenta a nossa capacidade em construir soluções em blockchain, e nos abre a possibilidade de atuar em cripto ativos e tokenização. Novamente, é o banco buscando parceiros, seja no programa do corporate venture capital, ou seja, em parcerias diretas, mas buscando modernizar a empresa e colocar a empresa em outro patamar em gestão e também no mundo digital.

E além disso, faz parte da nossa agenda estratégica o desinvestimento em ativos non core, e aí o exemplo, o Banco Digio, que nós vendemos, que foi vendido para o próprio Bradesco que era o nosso sócio por 645 milhões em fevereiro deste ano. Então essa tela mostra para a gente que a estratégia de parcerias estratégicas e venda de ativos non-core permanece vigente, e creio que isso aí tem demonstrado os seus efeitos positivos, alavancando, ajudando o banco a alavancar os seus resultados.

Bom, Bora ser cliente, né? Então, ampliar o engajamento com os jovens é fundamental para garantir a sustentabilidade da empresa. E a oferta de produtos e serviços personalizados no momento de vida, é uma das nossas prioridades para rejuvenescer a nossa base de cliente. E aí, diante disso temos realizado uma série de ações para nos aproximarmos ainda mais deste público,

tanto na linguagem quanto nos canais, com o objetivo de promover uma experiência conectada ao comportamento do jovem e ao seu momento de vida.

E aqui destacamos o nosso lançamento recente, a BB Cash, uma conta 100% digital desenvolvida para jovens de 13 a 17 anos. Ela tem um conteúdo gamificado com foco na educação financeira, traz um cartão para compras online, acesso ao Pix, investimentos, entre outras funções personalizadas. E tem mais: nesta semana iniciamos uma campanha onde ao abrir uma conta BB Cash, os nossos jovens clientes receberão um Toy arte do Squad Banco do Brasil. Então esses bonequinhos que estão aí na tela dos senhores foram desenhados em parcerias com os nossos patrocinados: a Rayssa Leal, o Isaquias do remo, a Tati Weston-Webb do surfe e outros, como os seus amigos imaginários, e a ideia é que os nossos jovens clientes possam se interessar e se engajarem cada vez mais. Então abrindo uma conta, eles já vão receber um deles. A escolha é livre e ao acumular pontos eles podem continuar recebendo outros desses bonecos para terem a coleção completa.

Bom, e transformação cultural com engajamento dos funcionários. Para continuarmos trabalhando forte nessa transformação das capabilities da nossa empresa e engajando os nossos colaboradores em direção ao novo, afinal, são as pessoas que transformam. Então, com o Movimento Evolution, esse primeiro bloco à esquerda, focamos em ações de upskilling e reskilling, no desenvolvimento das competências digitais dos nossos funcionários.

E além disso, avançamos aí no segundo bloco, nas frentes de inovação internas com laboratórios de experimentação para novas tecnologias e desenvolvimentos de soluções de dados e analytics. São quatro laboratórios, enfim, a gente já falou sobre isso no passado e a ideia é criar um ambiente perfeito de inovação. Também estamos continuamente aprimorando o desenvolvimento e o desenvolvimento de novos programas de iniciativa relacionados à atração, desenvolvimento de carreira, sucessão e retenção de talentos.

Também fizemos a aplicação do People Analytics para identificar talentos e isso nos permitiu uma redução de 75% no tempo tradicional de processo seletivo. Fizemos também um programa de sucessão, estamos modernizando cada vez mais no nosso programa de sucessão de altos gestores. Fizemos um programa de missões internacionais para os nossos executivos para que eles estejam abertos a incorporar novas tendências de mercado, conhecer outros mercados, enfim, e aí vale desde o Vale do Silício, a visitas a um ambiente na China, Israel, Estados Unidos, Londres, e o programa é um programa de aperfeiçoamento contínuo para que os nossos funcionários tenham acesso e visões diferentes.

Além disso, nós evoluímos com novos modelos de trabalho, possibilitando alternativas mais flexível, o trabalho remoto, enfim. A ideia é fazer com que a transformação cultural seja um dos pilares básicos para essa grande transformação que nós precisamos dentro do banco. E tudo isso que fizemos, essas alavancas, seja ela proximidade com os nossos clientes, protagonismo naquelas linhas de crédito que nós comentamos aqui, que é o comércio

exterior, micro pequenas empresas, pessoas físicas, o agronegócio, a inovação, as parcerias e pessoas, de alguma forma, isso sirva de pilares de sustentação para nos impulsionar e acelerar nossa evolução digital com foco no crescimento e competitividade.

Dentro da estratégia da aceleração digital para geração de valor ao cliente, nós temos estratégia digital já bem desenhada dentro do banco, a estratégia de processo end-to-end. Nós estamos selecionando três grandes speed boats para três específicos setores, falando aqui dos investidores, dos jovens e micro e pequenas empresas; estamos investindo fortemente na tecnologia, no nosso ambiente de nuvem, reforçando todo o nosso complexo tecnológico, investindo bastante em cyber, num modelo operacional ágil para que a gente possa levar para toda organização uma forma mais rápida e efetiva de fazer transformações no ambiente de tecnologia; estamos apostando forte na automação e no analytics, e isso tem se demonstrado extremamente eficaz para que a gente possa melhorar a efetividade na oferta de produtos e serviços aos nossos clientes; enfim, talento e cultura, porque são as pessoas que fazem tudo isso acontecer e então são os pilares chave dessa grande aceleração do processo de transformação digital no Banco do Brasil.

E aí, para que essa ambição de fato se concretize na prática, nós temos sete grandes alavancas que vão se desdobrar em KPIs e serão acompanhados por toda a alta administração do banco ao longo da sua jornada. Nós imaginamos que seja uma jornada de 3 a 5 anos para que esse processo se complete, e de fato a gente atinja todos aqueles desejos que nós queremos nessa transformação digital do Banco do Brasil.

E por fim, quero deixar claro para vocês uma mensagem: que nós temos uma estratégia corporativa revisada esse ano, que tem uma série de pilares básicos como resultados sustentável, a pauta ASG, a própria transformação digital e inovação, a nossa referência aqui em profissionais engajados, o foco em inovação, e por fim meritocracia como sendo um dos pilares chave para essa gestão de qualidade para que ela continue apresentando resultados cada vez melhores.

Fizemos a revisão também do nosso propósito, e em função da nossa prática e daquilo que nós acreditamos o nosso propósito agora é ser próximo e relevante na vida das pessoas em todos os momentos. Quer dizer, ser próximo, proximidade se mostrou eficaz para entender os problemas dos nossos clientes para poder fazer uma oferta qualificada e uma oferta mais direcionada para os nossos clientes e em todos os momentos da vida dele.

É muito bacana escutar um depoimento de um cliente falando que ele está conosco há mais de 50 anos, 60, 70 e saber que nós tivemos grande importância na gestão da sua empresa, do seu negócio, nós estivemos presentes em todas as fases, sejam elas a fase de início, a fase de geração de mais resultados e a consolidação da empresa em grandes grupos econômicos.

E os valores que norteiam essa empresa: a proximidade e eficiência, inovação, compromisso com a sociedade, integridade, fazem parte das peças que foram

debatidas para que a gente pudesse ter uma estratégia corporativa sólida, forte e consistente, que pudesse ser o norte do que vem pela frente.

E agora eu passo a palavra para o Ricardo Forni que vai falar um pouquinho sobre os números efetivamente do Banco do Brasil.

Sr. Ricardo Forni – CFO

Obrigado, presidente Fausto. Bom dia a todos. Eu vou iniciar a apresentação aqui falando dos números, mas eu acho muito importante destacar aqui, os pontos que foram trazidos pelo presidente dão muito do “como” isso foi obtido. Acho que essa estratégia de proximidade com o cliente, o avanço que tem sido feito em relação à transformação digital, a própria revisão da estratégia, que eu acho que é um pilar do desempenho nosso aqui é a questão de seguir uma estratégia clara e engajar o time. Então acho que o “como” é muito importante, e é com muito orgulho que nessa jornada a gente conseguiu produzir esses números de bastante destaque.

Então, no acumulado dos 9M tivemos um lucro líquido expressivo de R\$ 22,8 bilhões, um crescimento de 50,9% em relação aos 9M21. Esse desempenho é reflexo das alavancas que continuarão sustentando a nossa geração positiva de resultados. Esses pilares são o crescimento saudável da carteira de crédito, que atingiu R\$ 969 bilhões; a diversificação na linha de receitas, com crescimento da margem financeira bruta em 16,7% no período e das receitas de prestação de serviços em 11%; a disciplina na gestão de custos, que aliada à geração positiva de negócios, nos permitiu atingir um índice de eficiência de 31,6%, o melhor da nossa série histórica; por fim, a sólida posição de capital, com índice de capital principal de 11,77%, que é o que nos dá espaço para o crescimento futuro.

No próximo slide, por favor, detalhamos a evolução do lucro líquido ajustado trimestral, que foi de R\$ 8,4 bilhões, um crescimento de 62,7% em relação ao 3T21. Alcançamos um RSPL de 21,8%, dentre os melhores retornos alcançados em comparação com nossos pares.

No slide 18, a carteira de crédito ampliada superou R\$ 969 bilhões, uma evolução de 19% em comparação com setembro/ 21, e a carteira de negócios sustentáveis atingiu R\$ 321 bilhões, cerca de 1/3 da carteira total ampliada.

A carteira pessoa física cresceu 10,9% frente a setembro/21 e 2,7% no trimestre, influenciada pelo desempenho positivo no crédito consignado, no cartão de crédito e no empréstimo pessoal, seguindo a nossa estratégia de originação em linhas com melhor retorno ajustado ao risco.

A carteira MPME superou a marca de R\$ 106 bilhões, um crescimento de 18,4% em 12 meses, influenciada pela liberação da nova tranche do Pronampe. Em função da alta demanda observada no setor e da proximidade do BB com o segmento, a carteira agro atingiu R\$ 286 bilhões, uma evolução

anual de 26,7% e de 9,1% no trimestre. Os recursos destinados à agricultura sustentável representam quase metade dessa carteira.

No segmento de grandes empresas, a carteira de crédito alcançou R\$ 190 bilhões, crescimento anual de 29% e trimestral de 3,2%.

No próximo slide, conforme havíamos antecipado, a PCLD ampliada apresentou um aumento de 53,8% na comparação trimestral e de 15,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Destaque para o forte desempenho da recuperação de crédito, tanto na visão acumulada com crescimento de 10,5%, quanto no trimestre, com elevação de 4,1%.

No slide 20, a inadimplência acima de 90 dias foi de 2,34%, permanecendo sob controle e abaixo do sistema financeiro nacional. No trimestre houve elevação em linhas de não consignado na PF, enquanto na PJ e agro apresentaram um comportamento muito próximo da estabilidade. O índice de cobertura encerrou o trimestre em 234,9% e o New NPL sobre a carteira atingiu 0,85% com uma cobertura de 91%.

No próximo slide, no 3T, a MFB totalizou R\$ 19,6 bilhões, um crescimento de 14,7% na comparação trimestral, e de 25% na comparação em 12 meses. Nos 9M22 o crescimento da MFB foi de 16,7%, totalizando R\$ 51,9 bilhões. A forte elevação trimestral de 10,2% das receitas com operações de crédito pode ser explicada pelo crescimento e pela reprecificação da nossa carteira de crédito. O incremento trimestral de 36,3 do resultado de tesouraria reflete o crescimento da nossa carteira de TVM, tem valor superior a 80% em ativos vinculados ao CDI e se beneficiou de uma maior taxa SELIC.

No slide 22 a gente apresenta aqui as receitas de prestação de serviço totalizando R\$ 23,9 bilhões nos 9M22, crescimento de 11% na comparação anual, influenciado principalmente pelo desempenho comercial de administração de fundos, seguridade e tarifas de operações de crédito. As despesas administrativas, por sua vez, na visão acumulada cresceram 6% no ano, abaixo da inflação no período, reflexo da disciplina no controle de custos.

No próximo slide apresentamos o índice de capital principal, que ficou em 11,77% em setembro, impactado principalmente pelo aumento do RWA de crédito em virtude do crescimento da carteira e compensado parcialmente pela maior retenção de lucros no trimestre.

E por fim, o slide das projeções corporativas. A gente apresenta nesse slide, e considerando o desempenho apresentado até o momento e para reproduzir aí as expectativas que essa administração tem para o encerramento do ano, o BB revisou suas projeções corporativas. Na carteira de crédito aumentamos as estimativas do segmento empresas para a faixa de 15 a 17%, reflexo principalmente, do forte desembolso do Pronampe no 3T22; reduzimos a ponta alta do guidance de pessoa física para de 11 a 13%, diante de um crescimento mais seletivo nas linhas de crédito não consignadas, e com isso, o intervalo da carteira total foi ajustado para um crescimento entre 15 e 17%, considerando que no agronegócio a gente manteve a projeção; revisamos também o intervalo da margem financeira bruta para 19,5 a 21,5% a fim de

refletir os desempenhos acima do esperado tanto na carteira de crédito, que passou por um movimento de reprecificação, quanto na tesouraria, que foi beneficiada pelo maior volume de títulos e valores mobiliários e pela maior taxa SELIC.

As receitas de prestação de serviços foram revisadas para o intervalo entre 9 e 11%, refletindo aí a boa performance em fundos, seguridade, operações de crédito e garantias prestadas; as expectativas para PCLD ampliada e despesas administrativas foram mantidas; por fim, refletindo o conjunto da obra, o lucro líquido ajustado foi revisado para o intervalo entre R\$ 30,5 e R\$ 32,5 bilhões, refletindo as alterações nas demais linhas.

Com isso, eu agradeço a participação de todos e podemos iniciar agora a sessão de perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Sra. Janaína Storti – Gerente Geral de RI

Obrigada. Vamos iniciar agora a sessão de perguntas e respostas, lembrando que essa sessão será bilingue. As perguntas podem ser feitas tanto em português quanto em inglês.

A nossa primeira pergunta vem do Gustavo Schrodén do Bradesco. Por favor, Gustavo.

Sr. Gustavo Schrodén - Bradesco

Bom dia, pessoal, parabéns pelo resultado. Fausto, Forni, Daniel, Janaína, realmente muito forte. Eu vou fazer duas perguntas. A primeira, eu queria entender um pouco o quê que a gente pode esperar dessa linha de NII para 2023, uma vez que eu acho que 2022 já está meio que dado. Mais especificamente até essa combinação entre o NII com mercado e o NII com o cliente. O NII com mercado veio 10 bi, um resultado muito forte. Eu queria duas explicações aqui. O que é que a gente pode esperar daqui para frente, e a composição desse NII com o mercado?

Às vezes existe uma confusão aqui entre NII com o cliente, NII com o mercado, acho que o Banco do Brasil tem uma contabilidade diferente dos pares. Então primeiro uma explicação sobre a composição desse NII com o mercado, até para a gente ter uma base de comparação com os pares privados. E aqui em cima dessa questão do NII ainda, se é possível a gente imaginar 2023 uma evolução desses níveis, óbvio, considerando as informações que a gente tem agora, principalmente sobre taxa de juros.

A segunda pergunta é sobre qualidade da carteira. Acho que a gente viu uma normalização agora na PDD para mais ou menos 4,5 bi, por outro lado o NPL subiu 30 bps, mas o NPL de pessoa física subiu 90, né? Eu queria entender a cabeça de vocês, onde a gente está nesse ciclo de NPL especificamente no Banco do Brasil.

Mais especificamente até em pessoa física, porque a gente estava dando uma olhada aqui naqueles gráficos que vocês apresentam um gráfico por safra, e se a gente olha a safra especificamente em crédito pessoal e a safra de 2022, se eu não tiver enganado com as cores me parece que é uma safra que está vindo pior do que a série histórica. Então eu queria entender de vocês onde a gente está nesse ciclo de inadimplência, especificamente em crédito pessoal, e que a gente deve pensar, quanto que deve atingir o pico de inadimplência? Obrigado.

Sr. Fausto Ribeiro – CEO

Forni que vai falar primeiro do NII, tá, e depois a Ana Paula Teixeira, a nossa vice-presidente (inaudível 37:07) enfim. Então vamos lá, Forni.

Sr. Ricardo Forni – CFO

Obrigado, Gustavo, pela pergunta. Eu acho que essa questão do NII a gente vai, por exemplo, a divisão entre tesouraria e clientes a gente não apresenta a mesma abertura. Temos até desenvolvido e até temos uma visão em relação a isso que muito se aproxima, vamos dizer assim, da que os outros pares têm divulgado, e depois o time de RI pode até compartilhar com vocês.

Mas o resultado de tesouraria traz a questão da composição da carteira, então esse resultado de tesouraria vem se beneficiando do crescimento da carteira e da SELIC mais alta, isso veio trimestre a trimestre se refletindo em relação a isso aí. E o crescimento da carteira de crédito, conjugada com a questão de todo o conjunto de receitas menos despesas no lado de captação, é que fazem esse NII nosso ser robusto e estar crescendo, inclusive crescendo num ritmo acima do crescimento da carteira de crédito.

Então, do lado dos ativos a gente veio fazendo um movimento de reprecificação por conta da carteira demora um tempo a reprecificar e vem incorporando essa taxa mais elevada ao longo do tempo. E o que a gente tem sinalizado aí, olhando para 2023 é que a MFB como um todo vai refletir um crescimento superior ao crescimento da carteira que a gente está esperando para ano que vem. Então esse benefício desse movimento de reprecificação e de diligência na questão da gestão de custos de passivo, ele vai continuar ainda evoluindo, e evoluindo acima do crescimento da carteira de crédito.

Então esse é um movimento que a gente já vê muito claramente nas nossas projeções para 2023, e que está de certa forma consolidado. Essa abertura,

quando a gente abre numa visão similar à dos pares, esse produto é margem com cliente, porque no final das contas nós estamos falando de um custo de captação comparado com as taxas de mercado e o spread de crédito que a gente tem até a medição em separado, vocês podem observar em relação a isso.

Então acho que essa dinâmica é positiva e a gente vê 2023 evoluindo ainda mais. Eu acho que ela não é uma visão de crescimento tão forte como foi em 2022, mais de sedimentação num nível alto e ainda um crescimento residual em 2023.

Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI

Permite só um complemento? Schroden, eu acho que um gráfico que ajuda a entender um pouco a dinâmica da reprecificação da carteira, ele traz o nosso MD&A na sessão de crédito, eu acho que se eu não me engano é a figura 25. Lá nós mostramos a contratação por safra, e lá você observa, por exemplo, quanto que é da nossa safra relativo a 2022, deve ser alguma coisa entre 25 a 30%. Quer dizer, então isso mostra o processo de reprecificação da carteira. Então essa é uma dinâmica importante que está contido na premissa que o Forni colocou. E também é bom lembrar que há uma gestão ativa das posições de ativos e passivos. Então isso efetivamente a gente faz, e vai considerando os diversos cenários.

Sr. Ricardo Forni - CFO

Além do que, só pra complementar 2023, até veio na pergunta na coletiva, a queda prevista da SELIC a partir do 2S provavelmente em 2023, vai contribuir com a reprecificação dos passivos mais rápida do que dos ativos, então também uma contribuição que é, vamos dizer assim, pequena no todo, mas que vai se verificar em 2023 também.

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles internos e Gestão de Risco

Do ponto de vista das safras, eu acho que é importante a gente lembrar que ela reflete e vai trazer sempre ainda um reflexo do nosso mix de ativos. Então se a gente está se posicionando, e quando a gente compara com períodos anteriores em que a gente vem colocando essa estratégia de forma muito prudente, com bastante cautela, de fazer esse mix para linhas mais rentáveis da composição da nossa carteira, e se você comparar com o período anterior em que nós não estávamos ainda num passo como a gente está hoje do ponto de vista de linhas mais rentáveis, elas de fato vão se mostrar um pouco diferentes.

Então, assim, a nova safra, ela traz um pouco desse reflexo aí dessa mudança de mix, mas o que nós observamos e o que a gente acompanha aqui no monitoramento que a gente faz de todos esses riscos, é que todas aquelas medidas que nós colocamos elas vão começar a surtir efeito agora já no 4T sim. Então aqui você vê quando você observa, você fala assim, bom, mas eu vejo ainda uma safra que de alguma forma estaria um pouco mais agravada. Se você comparar, lembrando sempre que a mudança de mix ela está mais presente nessas safras mais atuais do que comparativamente às anteriores.

Sra. Janaína Storti – Gerente Geral de RI

Vou passar aqui então para a próxima pergunta. Nós temos o Eduardo Rosman do BTG.

Sr. Eduardo Rosman – BTG Pactual

Bom dia a todos, parabéns pelos resultados. Eu tenho duas perguntas aqui, acho que o tema é parecido. Acho que o resultado foi recorde, estão espetaculares. A ação está super barata também na nossa visão, negociando aí próxima de 3x o lucro desse ano. Então acho que a gente tem visto muita preocupação. Seria legal se vocês pudessem relembrar um pouco a questão de governança, sustentabilidade de resultado, se vocês acham que esse resultado desse ano é um resultado recorrente, que tem crescimento para o ano que vem.

Se vocês pudessem relembrar a todos também como é que é a política de dividendos do banco, se tem algum motivo para essa política mudar no curto prazo. A gente vê aqui os últimos 10, 15 anos ficou muito próximo dos 40%, então queria que vocês falassem um pouquinho sobre esses temas: sustentabilidade do resultado, esses níveis para os próximos anos, dividendos, e também, se pudessem relembrar um pouquinho a força da governança do Banco do Brasil. Obrigado.

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

Obrigado, Eduardo. Essa pergunta também veio na coletiva de imprensa, e o que a gente tem dito em relação à questão da governança, primeiro, depois a gente fala um pouquinho sobre a política de payout.

Bom, primeiro que o Banco do Brasil é regulado por um arcabouço, por um ambiente regulatório diferente das demais empresas públicas. Nós somos uma S.A., então nós temos o capital listado na Bolsa, então nós estamos sujeitos às regras da CVM, aí é o primeiro, vamos dizer assim, é o primeiro estágio do processo. Nós também temos supervisão de Tribunal de Contas da União,

CGU, enfim, e temos uma governança corporativa extremamente sólida que vem se aperfeiçoando ao longo de pelo menos os últimos 20, 25 anos.

Dentro dessa governança nós temos acionistas minoritários lá no mais alto conselho do Banco do Brasil, no Conselho de Administração, e também participam de diversos outros conselhos vinculados ao Conselho de Administração, como o Corem. O Corem é o Comitê de Remuneração, ele que elege, ele que dá o parecer favorável ou não para os executivos indicados aos postos-chaves dentro da organização.

O nosso processo decisório também é colegiado. Temos nas diversas esferas administrativas políticas de compliance, de controle, de gestão de risco de capital; temos uma estratégia corporativa que eu mostrei para vocês ali no último slide que foi revisada esse ano e ela foi aprovada no mais alto conselho do banco, na estrutura de governança. Ou seja, o papel da administração daqui para frente visa dar cumprimento, execução a essa estratégia para que a gente possa garantir que aqueles objetivos estratégicos ali vão ser alcançados.

Temos também um processo de escolha de dirigentes dentro do banco alicerçado em boas práticas como metodologias Nine Box para identificar os nossos líderes que estão mais aptos a liderar posições-chave dentro da organização. Enfim, nós temos uma série de boas práticas implementadas dentro do banco e supervisionadas pelos mais altos conselhos do banco, inclusive com presença de minoritários que dão de alguma forma o conforto para que o Banco do Brasil possa perpetuar sua atuação.

Lembrando que o Banco do Brasil tem 214 anos de história, e enfim, a gente vem aprendendo com as situações que passamos, e cada vez mais o Banco do Brasil é referência em termos de governança aqui, tanto na Esplanada quanto no mercado de uma forma geral.

Esse era o primeiro tópico, não sei se eu consegui esgotar. Se algum dos colegas aqui quiserem complementar, fiquem à vontade, tá? Com relação ao outro tópico, perdão, me lembra aqui.

Sr. Ricardo Forni, CFO

Sustentabilidade de resultado e políticas de dividendos.

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

Isso. Sustentabilidade do resultado é um também dos alicerces dessa gestão. Eu mostrei no gráfico ali para vocês que o resultado veio crescente ao longo desses últimos trimestres, sem muita margem. Na verdade é uma estratégia forte, bem disseminada dentro da empresa, um time engajado, um time com profissionais altamente capacitados, qualificados, e um time coeso que entendeu a estratégia corporativa do banco e vem de alguma forma de braços

dados contribuindo para que ela possa acontecer. Além disso, nós temos modelos robustos de crédito, tem todo um sistema de pesos e contrapesos instalados dentro do Banco Brasil para que as nossas decisões sejam cada vez sustentadas somente por critérios únicos e exclusivamente técnicos.

Então o que vocês podem esperar é que o resultado do banco siga, continue nessa vertente crescente, porque há um processo muito forte de governança instalada dentro da casa e que as decisões tendem a ser única e exclusivamente técnicas e buscando o melhor para os nossos acionistas. E aí a gente sempre diz que o governo não é o único acionista, nós temos uma base de quase 1 milhão de acionistas privados, que de alguma forma têm seus representantes aqui dentro. E isso é muito bom para gerar exatamente o equilíbrio das decisões, para a gente buscar cada vez mais resultados positivos.

Com relação à política de payout eu vou passar para o Forni, foi uma pergunta que nós respondemos também lá na coletiva de imprensa, e nós achamos justa a política atual de 40%. É claro que ela sofre revisão anual e está sujeita também a outras variáveis que são a inspiração nossa do quanto que nós queremos crescer, quanto capital nós precisamos ter para fazer frente aos desafios, às metas. Eu digo para vocês que nesse momento essa política se parece a mais adequada, é a mais atrativa no mercado em relação ao pagamento dividendos, e que ela suportaria todo o crescimento desejado pelo Banco do Brasil, estipulado aí para o ano 2023.

Sr. Ricardo Forni - CFO

Eu queria só acho que comentar e talvez agregar alguns pontos aos que o presidente Fausto já trouxe aqui, que eu acho que a questão, por exemplo, de governança, esse é um processo longo de aperfeiçoamento da governança e contínuo. O Banco do Brasil é o único banco no Novo Mercado, e isso nos coloca num patamar de governança corporativa já, vamos dizer assim, diferenciado.

Só temos uma classe de ação, então seguimos uma série de regras, e vimos ao longo dos anos, agregando isso, a lei das estatais veio reforçar essa questão, por exemplo, da qualificação do corpo diretivo, né? Então tem que seguir toda uma regra, os acionistas minoritários estão presentes e são muito atuantes no Conselho de Administração e nos diversos comitês especializados, e especialmente no Corem. Então essa governança é robusta e ela contribui decisivamente para a qualidade e para intensidade, vamos dizer assim dos nossos resultados. Então acho que esse é um valor da empresa, e ele não é personificado em uma ou em poucas pessoas. Na verdade ele está imbuído na própria empresa.

A segunda questão em relação à sustentabilidade de resultados que a gente já falou aqui dos pilares de resultado, mas no final das contas nós estamos entregando o resultado do 3T, refinamos as nossas projeções corporativas do 4T, como o próprio Eduardo falou, está praticamente dado, né? Quer dizer, uma execução da estratégia que está sendo colocado e a gente está,

vamos dizer, até diminuindo a range aí com muito mais assertividade em relação aos números que a gente prevê para o 4T.

E olhando para 2023, nós acabamos de aprovar no Conselho de Administração essa semana o nosso apetite a risco, a peça de apetite a risco que é um elemento fundamental dos assuntos aqui de sustentabilidade de resultado e de política de dividendos. E traduzindo isso, olhando para o cenário econômico e para negócios, nós também aprovamos o nosso orçamento para 2023. Então nós temos uma visão muito clara do que nós podemos produzir em termos de resultado em 2023 – e é um resultado consistente com essa trajetória que a gente vem até agora.

É lógico que o papel da administração e o papel dos 90 mil funcionários no seu dia a dia é executar essa estratégia com muita qualidade e se adaptando, porque o cenário não é fixo. Então, no final das contas, nós projetamos um cenário, nós vamos ter que lidar com a evolução de ambiente de juros, ambiente de inadimplência e tudo mais. Então assim, não é uma ciência exata, mas nós vamos fazer o mesmo trabalho diligente que foi sendo feito ao longo do ano e temos muita clareza do planejamento que foi revisto, e foi um dos pontos que o presidente Fausto trouxe na apresentação, que a gente considera muito importante, porque do ponto de vista de governança essa administração também deu sequência ao planejamento que existia, e que é muito diligentemente revisado num processo muito estruturado. Então tudo o que eventualmente, informações novas ou demandas novas, elas serão analisadas por essa estrutura de governança.

E no final, política de dividendos. A política de dividendos ela é, eu diria assim, atrativa do ponto de vista do investidor. Nós pagamos um payout acima do estipulado em lei, e adequado aos fatores determinantes do ponto de vista técnico para remunerar os acionistas, todos eles, e reter capital para subsidiar, para sustentar o crescimento esperado dos negócios.

Fizemos isso de maneira muito diligente nesse ano de 2022, acompanhamos todos os movimentos em relação a isso. Acho que esse último trimestre agora tivemos um consumo de capital forte por conta de um crescimento forte em crédito, então alinhado totalmente à estratégia, e agora que temos a peça de apetite ao risco e o orçamento aprovado, faremos agora nesse último bimestre a discussão e revisão disso aí à luz de todas essas informações, e oportunamente anunciaremos o payout de 2023, o guidance de 2023, como o Banco do Brasil faz periodicamente todo ano, não muda nada.

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Obrigada. Vou passar para a próxima pergunta, nós temos o Rafael Frade, do Citi.

Sr. Rafael Frade – Citibank

Caros, bom dia a todos. Parabéns pelos resultados. Eu tenho duas perguntas, uma relacionada a fees, se vocês pudessem comentar um pouco fee de conta corrente. A gente tem visto aí no setor como um todo, essa é uma linha que tem sofrido, e curiosamente do lado de vocês teve um crescimento de 10% tri a tri, ano contra ano. Aí, só entender um pouco o quê que talvez vocês estão fazendo que está levando ainda a um crescimento dessa linha em fees.

E a segunda pergunta é com relação um pouco, vocês vêm enfatizando a questão de estar tendo um aumento na inadimplência principalmente pessoa física, principalmente por uma mudança em linhas mais arriscadas, que consequentemente têm um benefício de uma margem financeira mais alta, então o net disso tende a ser positivo. Mas quando eu olho especificamente para o business de emissão de cartão, no qual lá na parte de meios de pagamento vocês mostram o resultado desse business, ele teve resultado negativo no trimestre anterior e teve resultado negativo também nesse trimestre.

Então entender um pouco se eventualmente aqui as provisões vêm na frente e a rentabilidade vem depois, mas é porque essa, pelo menos essa figura, ela não parece conciliar exatamente com o discurso, entender um pouco mais a razão por isso. Obrigado.

Sr. Ricardo Forni - CFO

Obrigado, Rafael. Bom, falar de fee de conta corrente. Fee de conta corrente eu acho que esse é uma, vamos dizer assim, é uma linha de negócios que ele sofre muita pressão, e olhando ao longo do tempo essa é uma linha que deve diminuir ao longo do tempo, e nós e o mercado estamos fazendo um esforço bastante grande de trazer novos serviços, atuar e criar novas fontes de receita que venham ao longo do tempo substituindo isso aí.

A gente, acho que ano passado a gente sofreu um pouco mais na questão do decréscimo mais acelerado em relação a isso, e acho que esse ano a gente conseguiu deixar a evolução dessa linha numa perspectiva de maior estabilidade. Acho que o crescimento que teve foi pequeno, acho que tem um pouco de, a questão de novos clientes sendo incluídos, a questão de reprecificação de pacotes, esse tipo de coisa contribuiu para esse desempenho recente agora.

Mas essa é uma linha que ela, eu diria, ela tende à estabilidade e a uma diminuição suave ao longo do tempo, sendo substituído por outras. Então esse não é especificamente um foco de crescimento, ou nós não temos uma estratégia de evoluir muito em relação a isso, mas de mantê-la estável, enquanto outras iniciativas, vamos dizer assim, vão sendo agregadas e outros serviços vão sendo incorporados no nosso rol de serviços aos clientes.

Sobre a questão das linhas mais arriscadas em PF, eu acho que a gente vem agregando, acho que já a gente já fala sobre essa mudança de mix já há alguns anos, e esse é um trabalho estrutural ao longo do tempo. É estrutural porque

ele precisava, principalmente a questão dos clientes não correntistas, que acho que foi um paradigma para o setor como um todo e para o Banco do Brasil, por ser um ambiente mais tradicional, eu acho que a gente levou um tempo acima dos demais para atuar nesse mercado. Isso aí veio, a gente começou a fazer essa originação, e talvez isso explique um pouco.

Nós estamos vendo o agravamento de risco de crédito na PF como um todo, mas como acho que já foi mencionado, dependendo da comparação, em menor linha com os pares, talvez porque a gente tenha entrado um pouco depois, e tão logo a gente percebeu que precisava refinar mais os modelos, incorporar uma maior quantidade de informações para ter a evolução de Inad em linha com aquilo que a gente esperava anteriormente, a gente precisou botar muita energia, e estamos colocando bastante energia em relação a isso.

Isso tem feito com que o nosso crescimento esteja, eventualmente, um pouco abaixo daquilo que a gente imaginava inicialmente, mas a estratégia continua sendo de crescimento nisso aí, adequando a questão da qualidade do crédito. Então esse é um trabalho que eu diria diuturno dos nossos times de risco de crédito aqui, a Paula liderando junto com o time dela lá.

E por último, falando em emissão de cartão, acho que teve uma aceleração maior na questão de emissão do cartão no 2S21, que veio refletindo agora neste ano. E quando você falou aí da questão do resultado, o resultado está sendo impactado justamente por essa Inad agravada, e é por isso que nós estamos bastante dedicados a aperfeiçoar os modelos e tornar essa questão da combinação de emissão de cartão e o Inad e o crédito gerado com isso, sustentável. Não sei se a Paula quer acrescentar alguma coisa em relação a esses comentários.

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles Internos e Gestão de Risco

Ricardo, só acrescentaria aí, do ponto de vista final, principalmente da estratégia de cartão, que acho que foi que ele focou, que esse trabalho de crescer, de continuar crescendo com o cliente nosso, dentro desse contexto do mar aberto que nós olhamos, não só para além dos nossos clientes tradicionais proventistas, para além deles, é com melhor qualidade, buscando um expand, buscando a gente manter de fato uma posição saudável nessa carteira, tem sido, nessa linha, tem sido aqui uma das nossas atuações também.

Então a gente segue aqui trabalhando continuamente com tudo que o Ricardo já comentou, do ponto de vista dos modelos, aperfeiçoamento, monitoramento, de tudo isso, revisão contínua, mas também com esse olhar de continuar crescendo com o cliente que está trazendo bons resultados para a gente dentro desse contexto desse segmento. E nós já conseguimos acompanhar, monitorar esses clientes, e é aqui que a gente entende que o expand positivo vai acontecer.

Sr. Ricardo Forni - CFO

E as novas safras virão melhores.

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles Internos e Gestão de Risco

Com certeza, as novas safras já vão virão melhor decorrente desse olhar aí.

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

Bom, vamos para a próxima pergunta, então.

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Ok. Passando aqui então para a próxima pergunta, gostaria de chamar o Marcelo Telles do Credit Suisse.

Sr. Marcelo Telles - Credit Suisse

Bom dia, boa tarde a todos, parabéns mais uma vez pelo resultado. A minha pergunta, na verdade, ela é de certa maneira um follow-up na pergunta anterior. Quando a gente tenta olhar o apetite do banco em relação a crescer no varejo, o que parece dos números, quer dizer, apesar do aumento da inadimplência é que existe um apetite para crescer no varejo. A gente viu no lado de SME um crescimento de 11% tri contra tri, e a gente viu também um crescimento bom na parte do crédito de pessoa física, mas mesmo se a gente olhar inclusive só o unsecured loan, a gente vê um crescimento aí de quase 4% tri contra tri.

Eu sei que vocês já falaram bastante, né, um pouco, sobre a questão do cartão de crédito, mas eu queria entender um pouquinho se o economics hoje ainda faz sentido continuar crescendo no varejo, especialmente na parte do unsecured lending, e se ainda faz sentido, se ainda dá para ganhar dinheiro nesse mercado, ou se em algum momento você acha que tem que fazer um pullback maior.

A razão que eu pergunto isso é um pouco essa, claramente, existe uma preocupação no mercado, de que talvez o segmento de varejo esteja saturado, só que quando a gente olha os resultados dos bancos nos últimos trimestres, inclusive esse trimestre, acho que todo mundo ainda está crescendo no varejo, o que me diz que ainda dá para ganhar dinheiro no

varejo, inclusive nas linhas unsecured. Se puder comentar um pouquinho sobre o economics desse business acho que seria bem interessante.

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

Obrigado pela pergunta. Vamos lá, então vamos falar um pouquinho sobre a nossa estratégia aqui no varejo. Primeiro, nós crescemos nos dois segmentos, no secured e no non secured. Então vamos lá, nós crescemos 8,3% no crédito consignado, um crédito de menor risco, também uma menor margem, é certo, e aquilo que nós conversamos com vocês aqui ao longo dos últimos dois eventos de apresentação de resultados, nós colocamos claramente que nós iríamos avançar um pouco, de forma controlada, passo a passo, fazendo ajustes de modelagem no crédito não consignado, principalmente no famoso mar aberto.

E aí, para vocês terem uma noção de quanto nós estamos dando os passos calculados aqui dentro, e ontem mesmo conversando com a com a Vice-presidente Paula, que ela pode clarificar um pouco mais para a gente, de cada cem transações de pedido de cartões, no primeiro momento nós começamos com o modelo aprovando cerca de 30%, e hoje nós já chegamos a um nível de robustez desse modelo de vários checks que são feitos, que não passam de 7%.

Quer dizer, há espaço sim de crescimento – só que de forma controlada e de forma, com o nível de precaução adequado para que a gente possa crescer com consistência e rentabilidade. É certo que se a gente fizer isso a conta sempre vai ser positiva. A equação vai ficar com o nível de rentabilidade ainda muito superior a qualquer volume de perdas operacionais que eventualmente a gente venha a ter.

Então é isso, é aprender. Ainda é ínfimo se você comparar com a carteira como um todo essa nossa experiência que nós tivemos no crédito não consignado, principalmente no mar aberto, e isso está nos possibilitando fazer um aprimoramento contínuo dos nossos modelos de gestão de risco de crédito. Então a estratégia é essa. É ir passo a passo, escolhendo pequenos segmentos, fazemos uma leitura de cenário, vemos como é que a safra se comportou. Na próxima safra a gente já faz uma recalibragem dos modelos, e cada vez mais fazendo com que essa equação fique equilibrada, a gente acredita que ainda há espaço sim para usufruir bem nesse mercado – desde que a gente faça isso com muito cuidado e com muito critério em termos de modelagem.

Sr. Marcelo Telles – Credit Suisse

Excelente. Muito obrigado pela resposta, presidente Fausto. Eu queria só fazer um follow up, quer dizer, um pouco resumindo o que você acabou de falar. Então dá para esperar – obviamente sem pedir um guidance formal aqui – que

a carteira de varejo, por exemplo, continue crescendo no ano que vem? Você acha isso possível?

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

Eu acho isso possível. Dessa forma, como a gente falou, aprendendo, indo passo a passo, com muito cuidado, com muito critério, acredito que a gente vai crescer e essa equação vai ficar sempre positiva se nós mantivermos o foco e a estratégia de realizarmos esse crescimento dessa forma.

Sr. Ricardo Forni - CFO

Queria só complementar que eu acho que a questão é a seguinte: o foco é crescimento da carteira de uma maneira geral, em linha com o que o mercado e tudo mais, mas eu acho que a questão é a seguinte, eu acho que uma questão que a gente tem muito presente aqui é que não é o crescimento pelo crescimento, mas é o crescimento com qualidade. Então, no final das contas...

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

É a originação.

Sr. Ricardo Forni - CFO

É a originação. Então, por exemplo, a gente percebe claramente, quer dizer, a parte de SME a gente percebe que olhando, compõe o varejo, e a gente a gente vê muitas outras instituições sofrendo nesse segmento, e a gente está absolutamente tranquilo em relação à questão da qualidade de crédito dessa carteira que ela vem sendo originada com muita qualidade.

A PF, nós estamos com o desafio do mar aberto, assim como o mercado inteiro. Estamos debruçados com os nossos times para fazer a qualidade do crédito ser aquilo que nós entendemos ser adequado à luz da remuneração que a gente obtém aí, então nós não vamos crescer só por crescer. Vamos crescer com a qualidade do crédito adequada. É óbvio que é mais arriscado, e a remuneração tem que ser adequada a esse risco, e é assim que a gente vai construir a carteira ao longo de 2023.

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

E eu acho que a principal mensagem que a gente tem que passar para vocês é o seguinte: a gente monitora isso o tempo todo, e se eventualmente se mostrar algum desvio, a gente tenta corrigir de imediato. O importante é ter os mecanismos, os nossos mecanismos de controle para a gente poder estar avaliando e discutindo isso o tempo todo e fazer as correções no tempo adequado.

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles Internos e Gestão de Risco

Adicionalmente, do ponto de vista de varejo, você falou especificamente da carteira de varejo, PF, nós seguimos crescendo aí com linhas também que trazem para a gente mitigadores, né? Então as linhas de consignado nós tivemos alteração da margem, estamos trabalhando agora com 120 meses, então a gente tem um espaço enorme ainda também do ponto de vista de crescimento e linhas que trazem para a gente aí esse composto que a gente vem falando dos mix do ponto de vista de qualidade, de mitigadores de risco, então sempre buscando exatamente ter um retorno ajustado ao risco. Então, o que eu quero dizer é que nós temos muito dinheiro na mesa, e inclusive ainda com produtos nas linhas do consignado.

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Bom, continuando aqui o nosso Q&A, eu gostaria de pedir para que os analistas trouxessem apenas uma pergunta, porque a gente está aqui com uma limitação de tempo, tá pessoal? E gostaria de trazer agora o Jason Mollin do Scotiabank.

Sr. Jason Mollin - Scotiabank

Hello, can you hear me?

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Yes.

Sr. Jason Mollin - Scotiabank

Bom dia. Parabéns pela a forte rentabilidade no trimestre. I'm going to switch to English. Voy mudar a inglés, if that's ok.

Como foi comentado sobre a qualidade dos ativos, é sobre isso que eu gostaria de perguntar. Talvez vocês possam fornecer alguma informação sobre que tipo de clientes você está mirando, quais segmentos de renda? Existem diferenças na qualidade dos ativos por canal de origem, digital ou físico?, ou o que você pode nos dizer sobre a dinâmica que está causando um aumento de Inad 90 para pessoas físicas? Obrigado.

Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI

Jason, posso começar apenas para fazer alguns comentários. Sim, existem diferenças. Por exemplo, deixe-me dar o exemplo do cartão de crédito. Temos várias portas para comercializar este produto e, por exemplo, vemos uma inadimplência maior de certa forma para o segmento de baixa renda e algumas dessas portas, e provavelmente algumas das portas digitais, exatamente vimos a inadimplência chegando antes – e todos esses ajustes que fizemos foram exatamente para atender a esses aspectos. E com certeza, a carteira de crédito do banco é bem grande sim, e nós temos perfis diferentes e levamos isso em consideração nos nossos modelos de crédito, e levamos isso em consideração quando desenhamos essas estratégias.

Sr. Jason Mollin - Scotiabank

Então, algum comentário sobre originação digital versus física ou os tipos de cliente? Qualquer coisa fora de baixa renda onde você viu alguns sinais de que esse tipo de cliente pode ser mais arriscado?

Sr. Ricardo Forni - CFO

Jason, acho que o que temos como originação digital é muito mais do que chamamos aqui de mar aberto. Portanto, temos nossas transações de mar aberto direcionadas para, digamos, novos titulares de cartão de crédito que estamos fazendo, e este é o que tem NPLs mais altos, também temos parcerias com varejistas que também são originação, então originar isso é como um canal digital também. Então, esses são os perfis mais altos em termos de NPLs.

E isso é bem diferente do tradicional cliente correntista do banco, e nós estamos, por exemplo, nos cartões de crédito, eles claramente têm perfis diferentes em termos de inadimplência, e estamos trabalhando no estímulo quanto ao gasto com as partes boas do portfólio que está tendo um bom desempenho, e isso está trazendo o equilíbrio para o nosso portfólio.

E quando você vê como um todo o que o Banco do Brasil tem de diferente dos pares, é uma carteira muito mais diversificada do que, como a carteira defensiva quando você coloca carteira de agronegócio, SME de origem muito, muito boa; e você tem grandes empresas e outras empresas corporativas que estão tendo um desempenho muito bom no Brasil agora. Então é por isso que como um todo a gente tem uma carteira muito boa, muito bem comportada e a gente vê esse acréscimo de risco como, digamos, a gente está apimentando um pouco, mas ainda muito conservador. E como disse o CEO na entrevista, acredito que a tomada conservadora de riscos e os modelos de risco do Banco do Brasil são mesmo a mágica que temos na carteira de crédito como um todo.

Sr. Jason Mollin - Scotiabank

A parcela de baixa renda aumentou, diminuiu ou o que vocês esperam que seja a estratégia daqui para frente?

Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI

Jason, eu não diria isso para diminuir ou aumentar. Certamente, como eu disse, o Banco do Brasil tem uma grande carteira de crédito e nós temos serviços e produtos para os diversos segmentos, e nós levamos isso em consideração.

Deixe-me dar um exemplo. Temos um modelo proprietário que lê o quão maduro aquele cliente está para usar os canais digitais, e usamos formas de chegar a esse cliente levando isso em consideração. Quando a gente vai para o não correntista, com certeza principalmente quando a gente fala de cartão de crédito, com certeza existe um segmento de baixa renda porque isso é os produtos de entrada, sim, não só para nós mas para todo o sistema.

Mas nós temos serviços para os diferentes segmentos e provavelmente quando você considera as características do banco, nós somos um banco bastante diversificado em termos de carteira. Mas levamos essas diferenças em consideração em nossos modelos de crédito, na forma como abordamos, no processo de marketing e assim por diante.

Sr. Jason Mollin - Scotiabank

Muito obrigado.

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Muito obrigada.

Nossa próxima pergunta vem do Flavio Yoshida, do Bank of America.

Sr. Flavio Yoshida – Bank of America

Olá, pessoal, tudo bem? Parabéns pelos resultados realmente bastante fortes. Eu tenho uma pergunta com relação ao agronegócio, que acho que acaba sendo uma carteira bastante importante para vocês, que a gente não discutiu, e olhando aqui o spread que vocês mostram o gerencial ele vem numa tendência de queda, né? Eu queria entender se vocês vislumbram essa tendência de certa forma se revertendo.

E eu queria entender também um pouco como é que está a competição no agronegócio. Então, quando a gente conversa com o os concorrentes privados, a gente sente que de fato eles estão com um pouco mais de apetite, e dado que vocês têm um market share ainda bastante relevante, se a gente deveria esperar uma redução de market share. E também competição pelas cooperativas, né, que tem algumas vantagens tributárias, como é que está se dando essa competição aí no agronegócio? Obrigado.

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

Obrigado, Flavio, pela pergunta, e eu vou responder juntamente com o Renato Naegele aqui. Então vamos lá, o agronegócio é um momento de sonho. Quando a gente fala do agronegócio brasileiro todo mundo cresce os olhos porque o preço das commodities bem altas, o ciclo de negócios muito capitalizado, muita tecnologia no campo, e o agronegócio, se você olhar a operação única e exclusivamente aquela transação individualmente, talvez no primeiro momento muitos bancos lá atrás, dado os spreads praticados, não pareciam ser atrativos.

Mas como nós olhamos o todo, o agronegócio é só a primeira operação do cliente, dali se derivam muitas outras transações – seguros, financiamentos diversos, aplicações financeiras – enfim, o momento é muito especial e de fato despertou interesse em muita gente. Tanto que para competir com recursos equalizáveis junto ao Governo Federal nós tivemos uma abertura muito grande nos últimos anos. O Banco Brasil de alguma forma estava praticamente só no agronegócio – e nós viemos aprendendo também com o negócio. Temos uma carteira forte de produtos e serviços, bem estruturada, várias linhas, de alguma forma isso nos trouxe aí ao patamar que nós temos hoje em termos de volumes financeiros de carteira.

É claro que há uma pressão muito grande na baixa dos spreads praticados por conta de mais entrantes nessa operação. Nós estamos hoje com 22 bancos operando, claro que cada um com volumes talvez não tão expressivos quanto o nosso. Eu comentei com vocês que só nessa safra de agora, que iniciou no primeiro de julho até o momento atual, nós estamos com 84 bilhões de volume desembolsado. Os números que estão aí no balanço trimestral, eles estão restritos até setembro, mas eu digo para vocês que isso é um incremento significativo de quase 30% em relação ao mesmo período anterior.

Claro que você tem que descontar a inflação do custeio, que é uma inflação que em função do aumento de preço dos fertilizantes causou uma certa inflação no agronegócio. Mas o volume vem forte, a gente vem crescendo ainda assim. Claro que as margens estão mais apertadas, mas é aquilo que eu comentei: nós acreditamos que o agronegócio é apenas a porta de entrada para a realização de negócios com o cliente, explorando toda a cadeia de negócios desses clientes. E a cadeia de valor do agro, essa baixa de spread é compensada com outros negócios que são gerados. E aí, Renato, complementa, por favor.

Sr. Renato Naegele – VP de Agronegócios

Olá, Flavio, obrigado pelas suas colocações. Acho que o primeiro ponto é destacar o tamanho, a robustez e a resiliência desse sistema econômico do agronegócio. Nós estamos falando de um PIB de R\$ 2,5 trilhões, uma demanda bastante aquecida. Como o presidente falou, só agora nessa safra, primeiro de julho até a última semana, já são 84 bilhões desembolsados, e aí se você imaginar que ano passado nós fizemos, ou na safra passada 153 bi nos 12 meses, realmente tem uma demanda bastante aquecida, e portanto essa competição é saudável, porque o agro demanda múltiplas fontes de recursos internas e externas.

O banco segue com market share em pessoa física, no agro, na ordem de 59, 60%, ou seja, mantém o seu posicionamento no market share de pessoa física. Pessoa física representa 96% da nossa carteira agro, os outros 4% é de empresas, então a nossa posição é bastante sólida na liderança do mercado agro. A carteira cresceu 26%, nosso guidance chega a 22% para o fim do ano. Temos um crescimento no share de contratação, e aí falando especificamente do impacto dessa maior competição o share de contratação do crédito rural propriamente dito, custeio, investimento, comercialização e industrialização cresceu no interanual de 42% para 48%, ou seja, a despeito da entrada de novos segmentos.

Especificamente sobre as cooperativas, aí principalmente os dois grandes sistemas cooperativos de crédito, Sicredi e Sicoob, sem dúvida, você comentou algumas das diferenças tributárias. Mas eu acho que a mais relevante sobre a perspectiva de competição é que a atuação desses sistemas cooperativos é regional, ela está localizada em 6, 7 estados, respondem por 80% do crédito concedido pelo sistema cooperativo (os três estados do sul, os três principais do centro-oeste e Minas Gerais), geram aí um pareto de 80% da colocação e da carteira de créditos deles. Enquanto o banco atua em todos os municípios, 97,8% dos municípios têm operação de crédito agro vigente na nossa carteira, atendendo todas as finalidades, atendendo todos os portes de cliente, o que dá uma diversidade e uma qualidade à nossa carteira.

A gente tem hoje uma inadimplência de 0,47%, que veio há um ano atrás, de 0,71%, ou seja, já era baixo. Nós crescemos na carteira de crédito com muita qualidade, então isso nos dá muita tranquilidade de que o banco, a exemplo das demais linhas, cresce no agronegócio de forma bastante sustentável e com qualidade.

Sr. Ricardo Forni - CFO

Só queria fazer um complemento objetivamente em relação à pergunta do spread. O spread, olhando esse período, esse trimestre, já na condição da nova

safra, ele reflete toda essa questão de competição, mas ali só está reportado o spread da operação de crédito. E nós temos essa visão holística do cliente, olhando a cadeia como um todo, o cross-selling em relação a tudo isso, e no final das contas, olhando para a frente, esse spread deve continuar diminuindo, apesar de que isso é meio que definido de certa forma safra a safra né, então temos que ver lá em 2023 como vai ser a discussão do plano de safra 23-24, como que essa dinâmica de competição vai acontecer, e a gente avaliar isso tudo. Mas a parte de receita do agro está disseminada em vários outros lugares além do mero spread de crédito ali da carteira agro, tá?

Sr. Flavio Yoshida – Bank of America

Tá ótimo, obrigado.

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Obrigada. Flavio. A nossa próxima pergunta vem do Pedro Leduc do Itaú. Já te vemos, Pedro.

Sr. Pedro Leduc - Itaú

Sim, legal. Boa tarde a todos, obrigado pela pergunta. Eu queria primeiro parabenizar o presidente Fausto, aí todo o seu time, tenho certeza que essa equipe, gestão e resultados consistentes está sendo admirada por todo o mercado, atuais e futuros acionistas. Deixo aí esse opening remarks. Tenho uma pergunta bem rápida na linha de despesas, onde vimos uma performance muito interessante, outra vez mais eficiência. Quando a gente (inaudível 1:26:44)

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Pedro, a gente não te escuta, você congelou para a gente. Eu vou fazer o seguinte... Você nos escuta? Eu vou passar para a próxima pergunta e a gente retoma com você na sequência, a gente perdeu a sua conexão.

A nossa próxima pergunta vai para Natalia Corfield, do JP Morgan. Natália, você nos ouve?

Sr. Pedro Leduc - Itaú

Vocês me escutaram?

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Ah sim, sim. Estamos de volta com o Pedro. Agora te escutamos, Pedro.

Sr. Pedro Leduc - Itaú

Posso fazer? Faço a pergunta novamente?

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Por favor, a gente não ouviu tua pergunta.

Sr. Pedro Leduc - Itaú

Bem rápida, na linha de despesas com pessoal, que subiu apenas 1% tri a tri, teve uma contribuição relevante numa linha chamada “proventos”, que caiu. Ela tinha subido muito no segundo, então só quero entender se a gente tem que olhar ela mais acumulada ou é algo realmente mais estruturante aqui para a linha de despesas em geral ou com pessoal, seguindo um ritmo mais lento nos próximos trimestres?

Sr. Ricardo Forni - CFO

Especificamente em relação a despesas de pessoal, no final das contas a gente teve... Eu não sei se o Pedro está nos acompanhando, mas a gente não teve nenhuma alteração fundamental em relação à questão de linha de despesas de pessoal. Se for ver a dinâmica, a gente teve lá no 1S21 o efeito daquele plano de demissão voluntária, que diminuiu a quantidade de pessoas; depois tivemos o efeito da entrada do pessoal aprovado no concurso, que entrou durante esse ano, e que obviamente tem um custo mais baixo, mas não houve nenhuma mudança em relação a essa questão. Depois a gente pode até analisar o ponto que você tem em relação aos números e ver se a gente tem algum outro esclarecimento específico.

Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI

Tenho um complemento. A melhor forma de você olhar para as despesas de pessoal é combinado com provisões, porque você às vezes tem uma variação. Por exemplo, nesse trimestre especificamente caiu despesa de pessoal, mas

aumentaram as provisões. Então, por isso que a melhor forma de modelar é olhar essas duas linhas combinadas. Mas como o Forni falou, nada de especial.

Sr. Pedro Leduc - Itaú

Obrigado.

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Obrigada, Pedro. Gostaria de chamar agora a Natalia Corfield, do JP Morgan.

Acho que a gente está com algum probleminha de conexão aqui para falar com a Natalia. Ah, entramos. Natalia, a gente já te vê. Obrigada, pode fazer sua pergunta.

Sra. Natalia Corfield – J.P. Morgan

Obrigada a todos. A minha pergunta é sobre capitalização e o call dos AT1s de vocês. Vocês em 2024, vocês têm dois AT1s com calls, então eu gostaria de saber se o mercado tiver ainda um mercado difícil como a gente tem hoje, quais seriam as opções para exercer o call desses dois bonds? E junto com isso, falando de capitalização, a capitalização de vocês tem caído nos últimos trimestres e eu gostaria de saber qual o nível confortável para vocês de Tier 1 e de CET 1, obrigada.

Sr. Ricardo Forni - CFO

Deixa eu falar primeiro do AT1s, Daniel, se quiser me complementar. A gente está bastante atento em relação aos vencimentos que temos em 23 e 24. Já ao longo desse ano já, vamos dizer assim, atuamos até olhando o mercado para uma eventual antecipação, mas acabou que a dinâmica de mercado não favoreceu isso, mas a gente já atuou em relação à parte de capital fazendo emissão no mercado local. Então, acho que olhando para os AT1s a gente tem que olhar sob dois pontos de vistas: um de liquidez em dólares e outro sob ponto de vista de crescimento de capital.

E do ponto de vista do Banco do Brasil, a gente, vamos dizer assim, já está atuando muito proativamente em relação a isso. Então em 2022, já olhando 2024 com bastante antecedência, já atuamos de alguma maneira em relação a reforço de capital com relação à emissão local. Vamos estar avaliando isso constantemente em relação a eventuais oportunidades, e a gente gosta de reforçar que a gente é muito sensível a preço, então a gente vai estar olhando o mercado interno, mercado externo e suas derivações para aproveitar as melhores oportunidades de fazer uma rolagem absolutamente eficiente do ponto de vista financeiro. Essa é a lógica.

Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI

Só um comentário, Natalia. A gente está vendo o exercício dos calls e essa própria dinâmica como uma oportunidade para a gente otimizar nossa estrutura de capital. Isso sempre está no nosso dia a dia aqui.

O segundo ponto, você olhando para a forma como o banco sempre se comportou no passado, a gente leva em consideração os diversos stakeholders nesse processo. A gente não vai fazer nada que o que o mercado não espere da gente. Então eu acho que essa é a mensagem importante: é um movimento de antecipação, um movimento de gestão e um movimento de otimização da nossa parte.

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles Internos e Gestão de Risco

Bom, do ponto de vista do nosso índice de Basileia e do nosso índice de capital aqui principal, nós temos aqui, e hoje o nosso CFO o Ricardo já comentou aqui, a nossa peça de apetite a risco, peça, tolerância de apetite e tolerância a risco que nós já aprovamos.

E nesta peça a gente sempre faz o que? Nós observamos quais são os limites regulatórios, metas prudenciais dentro do nosso contexto de ambição de crescimento, fazemos projeção para os próximos três anos para poder entender qual seria ali o nosso nível, o patamar de capital robusto o suficiente para que a gente consiga atender todas essas demandas e também para que a gente faça uma alocação ótima para que a geração orgânica de capital ela siga acontecendo através dos lucros.

Então o que eu posso lhe dizer, que a gente monitora isso muito de perto, fazemos testes de estresse mensalmente, e que isso está dentro do composto aqui dos nossos instrumentos de gestão de capital, sempre considerando além dos limites regulatórios, metas e limites prudenciais aqui que considerem todo esse contexto que eu comentei.

Sra. Natalia Corfield – J.P. Morgan

Bom, obrigada. Não sei se dá para fazer um follow up, mas muito claro com relação aos AT1s. Sobre a capitalização, não existe um número que seria o número que “não quero o nosso CET1 abaixo de 11%”, não existe um número desse tipo?

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles Internos e Gestão de Risco

A gente entenda, e dentro dessas metas elas podem até mudar a depender justamente dessa ambição. É claro que, perceba, nós temos aqui regras, exigências regulatórias, e à medida em que a gente vai ampliando a nossa carteira de crédito, por exemplo, nós vimos aí nesse trimestre o consumo que nós tivemos aí com RWA de crédito, isso tudo a gente vai retroalimentando aqui no nosso monitoramento.

Então eu não tenho aqui para te dizer um número fechado. O que eu posso te dizer é que a gente sempre trabalha acima, obviamente, dos limites regulatórios, buscando trazer um conforto dessa otimização e para comportar o crescimento da nossa estratégia corporativa.

Sr. Daniel Maria – Diretor de Finanças e RI

Natalia, só uma coisa que eu gostaria de reforçar é a forma como a gente faz a nossa gestão de capital. A gente tem uma projeção de capital para os próximos três anos e isso está vinculado com o budget de capital, está vinculado com o orçamento que nós temos de negócios. A gente monitora essas variáveis, e a diligência que nós temos para esse processo é muito importante. Foi assim que nós construímos capital nos últimos períodos, inclusive com uma purificação de capital que foi o próprio processo Basileia 3. Então isso eu acho que é muito importante, o track record do banco, de como opera capital.

Sra. Natalia Corfield – J.P. Morgan

Ok, muito obrigada.

Sra. Janaína Storti – Gerente Geral de RI

Obrigada. Nós estamos chegando aqui ao fim da nossa teleconferência, e eu queria chamar para a última pergunta o Tiago Binsfeld da Goldman Sachs.

Sr. Tiago Binsfeld – Goldman Sachs

Oi, obrigado Janaína, boa tarde. É bem direta a minha pergunta. O tema de qualidade de carteira já foi bem discutido, mas se vocês puderem relembrar em qual trimestre vocês esperam que a inadimplência chegue no pico, e também falar rapidamente de cobertura, que teve um consumo de cobertura nesse trimestre, qual seria o patamar que você estariam confortáveis de chegar com índices de cobertura, dado até o mix mais defensivo da carteira de vocês. Obrigado.

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles Internos e Gestão de Risco

Nós até respondemos um pouco essa pergunta anteriormente. Do patamar do nosso índice de cobertura, nós entendemos aí que ele deve se estabilizar nesse número atual que nós estamos com 234%. Essa é a nossa percepção, a nossa expectativa, que ele deve se estabilizar em torno desses patamares.

Do ponto de vista de inadimplência, obviamente aqui a gente já discutiu bastante e entendemos sim, que há, principalmente quando a gente olha o

segmento de pessoa física, ela foi bastante pressionada e estamos entendendo que este é um patamar em que doravante nós vamos começar a perceber aí uma inflexão desta pressão que nós tivemos aí nos últimos trimestres do ponto de vista de inadimplência no segmento de pessoa física, especificamente nas linhas aqui que nós já discorremos de crédito pessoal não consignado e do cartão de crédito.

Sr. Ricardo Forni - CFO

Só queria lembrar a questão de que a cobertura é resultado, não é meta, né? Então no final das contas, é um modelo funcionando e resultou a cobertura, e aí é por isso que a gente entende que olhando para frente há uma certa estabilidade em relação ao patamar que foi apresentado agora.

Sra. Paula Teixeira - VP de Controles Internos e Gestão de Risco

Perfeito, Ricardo, ela sempre será resultante da avaliação dos nossos modelos de risco.

Sr. Tiago Binsfeld – Goldman Sachs

Obrigado.

Sra. Janaína Storti - Gerente Geral de RI

Obrigada. Bom, pessoal, a gente vai encerrar por aqui a nossa sessão de perguntas e respostas, inclusive colocar todos nós aqui do time de RI à disposição para eventuais perguntas que não tenhamos tempo de responder aqui. Enfim, gostaria também de passar agora a palavra para o presidente Fausto para fazer as considerações finais aqui da nossa teleconferência.

Sr. Fausto Ribeiro - CEO

Quero agradecer a vocês, a todos vocês que participaram desse momento feliz da história do Banco Brasil. Estamos com um resultado realmente muito positivo. É um momento histórico para nós, 21,8 nos coloca de fato no jogo dos grandes bancos brasileiros com rentabilidade compatível com o porte, dinamismo, e a presença desse banco nesse território nacional, um banco que preza uma estratégia consistente de crescimento, um banco que tem a proximidade como sendo um norteador das nossas ações e a proximidade com

os nossos acionistas, com os nossos pares, com a sociedade em geral – e com os nossos clientes, para que a gente possa identificar as suas necessidades, seus anseios, e escolher o produto certo para cada um deles.

E, por fim, o nosso engajamento, nosso time extremamente capacitado. O time de funcionários do Banco do Brasil que é selecionado por meio de um concurso público, que de alguma forma já nos ajuda a fazer um filtro tremendo e trazer profissionais com uma qualificação já melhor, e que o banco investe muitos recursos ainda no aprimoramento da formação técnica e acadêmica desses jovens que ingressam, fazendo com que o banco tenha uma base de funcionários altamente qualificada e preparada para esse desafio, que é manter esse banco sempre em evidência na sociedade e fazendo com que o Banco do Brasil preste cada vez mais um serviço de qualidade à população brasileira.

Então a mágica é exatamente essa, esses três fatores que estão nos impulsionando para cada vez mais a gente consiga resultados sustentáveis, e atendendo às expectativas de todos os nossos acionistas, porque essa é a nossa missão também, de poder prestar um serviço de qualidade e levar a vocês os dividendos compatíveis com investimentos que vocês mesmo fizeram ao comprar capital aí do Banco do Brasil.

No mais, espero que a gente continue com essa pegada técnica e com essa força do Banco do Brasil para o resultado do final do ano, para que a gente consolide um resultado ainda mais espetacular. E vocês podem ter certeza que nós, enquanto estivermos aqui, nós vamos estar trabalhando forte e firme para que esse Banco do Brasil continue grande e oferecendo um serviço de alto padrão para a sociedade brasileira. Muito obrigado a todos vocês.
