

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 1T21**  
**Bradesco**  
**05 de maio de 2021**

**Operador** – Bom dia, senhoras e senhores, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência sobre os resultados do Bradesco do primeiro trimestre de 2021. Esta teleconferência está sendo transmitida pela internet, no site de relações com investidores do Bradesco, no endereço [banco.bradesco/ri](http://banco.bradesco/ri), onde poderá ser encontrada a respectiva apresentação para *download*. Informamos que há tradução simultânea para o inglês. Todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a teleconferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando “\*0”. Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria, bem como em informações atualmente disponíveis para a organização. Considerações futuras não são garantias de desempenho: envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da empresa e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Agora, passo a palavra ao senhor Leandro Miranda, Diretor Executivo e Diretor de Relações com Investidores.

**Leandro Miranda** – Bom dia a todos. Gostaria de dar as boas-vindas para nossa conferência de divulgação de resultados relativos ao primeiro trimestre de 2021. Para realizar a nossa apresentação, e responder a eventuais questões contamos também com a presença dos Srs. Octavio Lazari, nosso diretor presidente, André Cano, diretor vice-presidente, Oswaldo Tadeu Fernandes, diretor executivo e *CFO*, Ivan Gontijo, diretor presidente da Bradesco Seguros, Renato Ejnisman, diretor presidente do Next e Carlos Firetti, diretor de controladoria e Relações com Mercado. Com a palavra, o Octavio.

**Octavio de Lazari Junior** – Obrigado Leandro. Bom dia minhas amigas e meus amigos, espero que todos estejam bem, com saúde. Bem-vindos a nossa teleconferência de divulgação de resultados do primeiro trimestre. Como sabemos, o primeiro trimestre foi marcado por uma piora do quadro

da Pandemia de COVID, com a segunda onda trazendo, infelizmente, um novo pico de casos e vítimas, muito do que verificamos já em 2020. Entendemos que medidas restritivas adotadas em março em grande parte dos estados permitiram um controle da propagação do vírus, levando ao início da redução dos casos e das internações, apesar de permanecerem ainda níveis bastante elevados. Acreditamos que veremos ao longo de maio, melhora dos números e ainda maior redução das restrições, especialmente com o avanço da vacinação. Nós nos solidarizamos com todos os impactados pela doença e agradecemos aos nossos colaboradores por todo o empenho neste momento tão difícil. O impacto na economia em 2021 parece ser menor que em 2020, provavelmente devido ao fato de que as pessoas e os negócios estão mais preparados para operar com as restrições à circulação. Nossa performance no primeiro trimestre foi muito boa e a segunda onda da Pandemia não teve impacto significativo na dinâmica dos nossos negócios, trazendo uma natural desaceleração em originação de algumas linhas de crédito. Já vemos sinais que parecem indicar uma melhora desse cenário relativo à Pandemia. Acreditamos que essa melhora deve continuar ao longo de maio e parte das restrições já estão sendo relaxadas em vários estados. Com a continuidade dos esforços de vacinação estimamos que os grupos de risco estarão vacinados ao final do primeiro semestre, o que permitirá que a economia tenha uma retomada mais intensa a partir de meados dos meses de maio ou junho.

Indo já para o nosso slide 3. Falando da nossa estratégia corporativa nós revisamos toda a estratégia corporativa para refletir ainda mais a nossa ambição que é ter o cliente como 100% da nossa inspiração! Um exemplo prático disso é o Programa 100% Cliente, que firma o compromisso do Bradesco em utilizar as melhores práticas de mercado para transformar nosso modelo de negócios e garantir que o cliente esteja sempre no centro de nossas atenções. Outro pilar da nossa estratégia é a Transformação digital, que aprimora a forma como fazemos, com mentalidade ágil, conectada e inovadora. Temos alicerce no pilar de Pessoas, nosso time! Profissionais de alta performance, absolutamente comprometidos com ética, transparência e respeito! É claro que não podemos deixar de falar da Sustentabilidade, afinal, somos uma empresa feita para durar e agregar valor a todos os *stakeholders*. No centro, nosso propósito, que é o que nos move, e o impacto que buscamos é criar a mudança que queremos causar nas pessoas, empresas e na sociedade.

Bom, indo para os destaques financeiros na página 4. Apresentamos um ótimo resultado no primeiro tri, com lucro de R\$6,5 bilhões, uma evolução de 74% em relação a um ano atrás, e com um ROE trimestral de 18,7%. O Nosso Resultado Operacional foi de R\$9,7 bilhões crescendo tanto no comparativo anual quanto no trimestral, aliás, o mais alto na série histórica. A Carteira de Crédito expandida cresceu 2,6% em relação ao trimestre anterior e 7,6% em

relação ao primeiro tri do ano passado. O índice de Basiléia Nível 1 continua em um patamar bastante confortável de 13,6%, uma forte recuperação de 220bps em relação a um ano atrás. E as despesas operacionais caíram 4,7% no comparativo anual e 2,4% com relação ao trimestre anterior, um ótimo desempenho fruto da otimização que promovemos nas nossas estruturas em 2020. Assim o IEO acumulado em 12 meses ficou em 45,3% uma queda de 3,8 pontos percentuais na comparação anual.

Indo para o slide 5 falando sobre a nossa DRE. Como eu disse, tivemos um ótimo resultado no trimestre. A margem financeira cresceu 7,4% na comparação anual com crescimento da margem com clientes e um desempenho da margem com mercado ainda bastante forte. As nossas despesas com PDD expandida se reduziram novamente nesse trimestre. As Operações de Seguros apresentaram uma boa recuperação com destaque para prêmios e também para o resultado financeiro.

Em custos, como já falei, mantivemos ótimo desempenho. Vamos detalhar todas as linhas nos próximos slides.

Indo para o slide 6, falando sobre captação de recursos. As captações apresentaram boa evolução no comparativo anual. Os recursos de clientes, líquidos de depósitos compulsórios, cresceram 18,2% e as captações totais 12,8% ambos na comparação anual. O nosso índice Crédito/Captações fechou o trimestre em 87,5%, o que indica nosso alto grau de liquidez em relação as operações de crédito.

Mudamos para o slide 7. Falando sobre a carteira de crédito expandida, ela cresceu 7,6% em 12 meses. Em Pessoas Físicas o crescimento foi de 13% com destaque para o crédito imobiliário que cresceu 38% e o consignado que cresceu 11,5%. Temos um foco bastante grande no Imobiliário com processos e canais de originação bastante competitivos com todos os tipos de indexadores, inclusive de poupança. O nosso Imobiliário já tem todo o seu fluxo de contratação de maneira digital e até a assinatura do contrato já é digital naqueles cartórios de imóveis que o fazem. Em pequenas e microempresas, o crescimento foi de 18,6% principalmente em função das linhas dos programas emergenciais e da consolidação do nosso banco nos Estados Unidos- BAC. Em Grandes Empresas, naturalmente o comparativo anual fica prejudicado pelo forte crescimento das linhas de capital de giro lá no início da Pandemia no primeiro trimestre do ano passado e maior acesso que essas empresas têm ao mercado de capitais. A originação de crédito continua em um ritmo que consideramos muito bom e acreditamos que se intensificará com a reabertura da economia.

No slide 8, falamos sobre as nossas provisões. Nossas despesas com PDD expandida caíram para R\$3,9 bilhões no trimestre. Bastante consistente com

as nossas expectativas para o ano. Realizamos nesse trimestre R\$1 bilhão em provisões complementares reforçando nosso estoque de provisão tendo em vista antecipação que fizemos do agravamento dos ratings e consequentemente provisão daqueles clientes que prorrogaram suas dívidas, mas não pagaram a primeira parcela. Contudo o realizado nesse trimestre está totalmente em linha com o centro do *Guidance* para 2021. Ou seja, os índices de cobertura acima de 90 dias e incluindo renegociação continuam em níveis bastante confortáveis.

Falando sobre inadimplência no slide 9, destacamos um histórico bastante mais ampliado para todas as senhoras e senhores, desde Dez/08. Como já esperávamos, o índice de inadimplência acima de 90 dias mostrou uma pequena elevação saindo de 2,2% no trimestre anterior para 2,5% nesse trimestre. O crescimento ocorreu principalmente em Pessoas físicas e PMEs. Esse aumento está em linha com aquilo que estávamos esperando e ocorre com a sazonalidade de início de ano e também pela redução do ritmo de renegociações e término das carências. Provisionamos menos que o *formation* pois boa parte da inadimplência veio da carteira renegociada, portanto de operações que já tinham elevado nível de provisão. Acreditamos que o aumento da inadimplência continuará ocorrendo de forma gradual chegando a um patamar mais elevado no terceiro e quarto trimestre, e que esse patamar não será muito diferente dos níveis pré pandemia. Entendemos que a boa qualidade do crédito se deve a qualidade da originação nos períodos anteriores à Pandemia, e à boa saúde financeira dos clientes em geral, sendo que houve uma acumulação de poupança pelas famílias.

No Slide 10 mostramos um pouco mais dos nossos créditos prorrogados. O saldo de prorrogações continuou caindo, chegando a R\$44 bilhões com a continuidade das amortizações. Esse saldo em 31 de março era composto da seguinte maneira: R\$37 bilhões em dia, o quer dizer que saíram da carência com o pagamento de pelo menos uma parcela; R\$2,9 bilhões ainda em carência ao final de março, e destaco que desse montante 55% já saíram da carência em abril e estão em dia; e finalmente R\$3,9 bilhões de operações em atraso, que são operações que saíram da carência e se encontram com atraso acima de 30 dias. Isso representa apenas 0,7% da carteira de crédito total do banco. Nós continuamos a permitir algumas prorrogações durante o primeiro trimestre, mas os volumes foram muito pequenos. Acreditamos que no segundo trimestre poderemos ter um aumento muito pequeno, mas certamente não na intensidade do que ocorreu em 2020.

E na próxima página também trazemos um detalhamento para as senhoras e senhores da carteira renegociada no slide 11. A nossa carteira renegociada ficou estável em relação ao trimestre anterior, interrompendo o ciclo de crescimento, em função do retorno gradual das condições de renegociação praticados antes da pandemia. Observamos elevação da inadimplência



nessa carteira que chegou a 14,4%, nível ainda bastante inferior à média histórica. Acreditamos que a inadimplência nessa carteira continuará aumentando um pouco mais e podemos dizer que a carteira renegociada será um dos *drivers* do aumento da nossa inadimplência nos próximos trimestres, em linha com aquilo que já esperamos. Por outro lado, destacamos que essa carteira tem um nível bastante elevado de provisões, 64%, e por conta disso o eventual aumento da inadimplência não leva a pressões significativas em termos de novos provisionamentos.

Falamos de margem financeira no slide 12. A margem financeira total apresentou um bom desempenho na comparação anual com crescimento de 7,4%. A margem financeira com clientes apresentou estabilidade no trimestre e crescimento anual de 2%, principalmente devido ao crescimento do volume e ao mix favorecido pelo bom crescimento em pessoas físicas. Esses fatores mais que compensaram a queda de *spread* e a menor quantidade de dias. Esperamos recuperação da margem com clientes ao longo de 2021 em linha com o nosso *Guidance*. A margem com o mercado teve um bom desempenho no trimestre, apesar da queda com relação ao quarto trimestre no qual tivemos um desempenho muito forte. Como já sinalizamos anteriormente esperamos para 2021 uma queda da margem com mercado em relação a 2020.

No slide 13 falamos de Receitas de Serviços. Tivemos queda nas Receitas de Serviços tanto na comparação trimestral quanto na comparação anual. Em termos anuais principalmente, pelo efeito de base de comparação, uma vez que o primeiro trimestre de 2020 ainda não refletia basicamente nada do impacto da Pandemia e por esse mesmo fator esperamos uma melhora no desempenho para os próximos trimestres. Acreditamos que a linha de Rendas de Cartões deve apresentar melhor performance ao longo do ano a medida que os volumes transacionados se recuperem. Em Contas Correntes o impacto foi principalmente pelo menor volume de transações na rede de correspondentes bancários em função das restrições de funcionamento do comércio. E essa rede hoje tem mais de 40 mil correspondentes bancários do Bradesco. Na linha de Administração de Fundos, ela acabou sendo impactada pela redução nas taxas de administração de fundos DI e também pela migração de recursos para outros investimentos no primeiro semestre do ano passado, aquele efeito *Flight to Quality* que a gente observou, mas esse efeito gradativamente está sendo compensado pela mudança de mix.

No slide 14, falando das nossas despesas operacionais. O nosso desempenho em custos continua sendo um ponto bastante positivo de destaque no nosso balanço

A redução das despesas reflete nossa absoluta disciplina na gestão de custos e os ajustes que fizemos no ano passado revisando o nosso custo de servir, com fechamento de agências e também conversão de agências em pontos de atendimento (Unidades de Negócios), aproveitando as oportunidades geradas pela própria mudança de comportamento dos nossos clientes. Vamos continuar nosso esforço de redução de custos em 2021 e certamente ao longo dos próximos anos.

No slide 15 falamos do nosso braço segurador. Nossa Operação de Seguros apresentou uma boa recuperação do Lucro Líquido que cresceu mais de 40% e do Resultado das Operações que cresceu 7%, ambos na comparação anual. Esse desempenho é superior ao *Guidance* e deve convergir para o *Guidance* ao longo do ano. O destaque do trimestre foi o crescimento de 3% nos prêmios comparado com o primeiro trimestre de 2020, puxados por Auto/RE e Saúde que cresceram 7,3% e 6,5% respectivamente. O Resultado Financeiro também teve uma boa performance principalmente em função do resultado das posições em Renda Variável, Multimercado e dos títulos indexados ao IPCA. A sinistralidade foi impactada pelos segmentos de Vida e Saúde naturalmente em função do aumento de frequência relacionado a Pandemia.

Na página 16, falando sobre capital e liquidez. Nosso capital nível I fechou o trimestre em 13,6% uma evolução de 2,2 pontos percentuais em relação a março do ano passado quando teve início a Pandemia. A queda de 20bps com relação ao trimestre anterior ocorreu principalmente pela marcação a mercado dos títulos disponíveis para venda e pelo natural crescimento das operações de crédito. Vemos nossa posição de capital em níveis bastante confortáveis com o capital principal em 12,6%. Recentemente anunciamos um programa de Recompra de Ações que vem para complementar nossa prática de distribuição de Capital via Dividendos e JCP.

Na página 17, falando sobre os avanços do digital, sempre concentrados na necessidade do cliente. São avanços do digital sempre com foco na necessidade do nosso cliente. Nesse trimestre a BIA teve 130 milhões de interações com clientes quase 5 vezes mais do que no primeiro trimestre de 2019! Somente em março foram 52 milhões de interações com clientes. E importante que não foram só informações, como já dissemos a BIA também é transacional. Em informe de imposto de renda por exemplo ela entregou 2,5 milhões de informes aos clientes. O CRM 2.0 que divulgamos a vocês em 2019 já promove 5x mais contatos ativos com clientes e com um grau de Personalização bastante elevado.

No slide 18 falamos sobre canais digitais. O digital continua ampliando suas participações nas transações totais a medida que os clientes tradicionais e

também híbridos se adaptam cada vez mais ao digital para realizar transações e negócios. Cerca de 98% do total de nossas transações já são feitas digitalmente. Na comparação anual vemos crescimento de 21% em nossos clientes no mobile e 16% nos clientes digitais, que também considera o internet *banking*. O volume de transações de caixa por outro lado, reduziu em 83% comparando com o primeiro trimestre de 2020 e o volume de transações financeiras no *mobile* cresceu 75% nesse período.

No slide 19 para falamos de 3 dos nossos negócios digitais. A Ágora chegou a 632 mil clientes, um crescimento de 52% em 1 ano, enquanto o AuC de clientes cresceu 55%. A Ágora tem uma das mais completas ofertas do mercado e continuará crescendo com certeza! O Next acelerou ainda mais sua curva de crescimento chegando a 4,4 milhões de clientes, quase o dobro do que tinha um ano atrás. E A meta esse ano é chegar ao final desse ano a pelo menos 7 milhões de clientes ou mais. O Bitz, nossa carteira digital, foi lançada em setembro de 2020, já superou meio milhão de contas e deve crescer bastante ao longo do ano. Lembramos que o Bitz oferece aos clientes um produto complementar ao que o Next e o próprio Bradesco oferecem. O *Marketplace* e *Cashback* que já eram uma realidade no Next começam agora a ser oferecidos a clientes do Bradesco. Nesse trimestre lançamos um piloto para o Prime com um *Marketplace* que já conta com 70 parceiros. Em breve expandiremos esse piloto com mais parceiros e estamos trabalhando para consolidar em um só lugar, dentro do aplicativo do Prime, a visão de experiências Viva Prime, do *cashback*, dos pontos Livelo, enfim, trazendo ao cliente uma visão clara dos benefícios que ele pode usufruir. No futuro planejamos expandir isso aos clientes dos demais segmentos.

Na página 20, falando sobre a agenda ASG. Com orgulho muito grande anunciamos que, pela terceira edição consecutiva, entramos na categoria Prata do *Sustainability Yearbook Award* da S&P Global. O que nos posiciona como único banco brasileiro entre os 5% melhores do setor de acordo com a avaliação da agência. Isso é resultado do nosso compromisso e do crescente avanço na implementação das melhores práticas ESG no Bradesco. Falando em compromisso, hoje damos um novo passo na missão do Bradesco de promover o desenvolvimento socioeconômico, além de incentivar as ações necessárias para a transição para uma economia cada vez mais sustentável. Anunciamos aqui nossa meta de, até 2025, direcionar R\$ 250 bilhões em linhas de crédito corporativo, assessoria em operações no mercado de capitais e soluções financeiras com foco em promover impacto socioambiental positivo. Com isso, vamos ampliar o esforço do nosso negócio em apoiar os setores destacados, mas apoiar a transição para melhores práticas por clientes de quaisquer setores.

E passando agora para o slide 21, nosso último de hoje, falando sobre o nosso *guidance*. Apesar do agravamento da Pandemia no primeiro trimestre tivemos um desempenho sólido, e em linha ou em alguns casos acima do nosso orçamento para o trimestre. Estamos rodando na parte de cima ou até melhor para o *Guidance* em Custos e Seguros. Rodamos em termos anualizados no centro do *Guidance* em PDD, na parte de baixo do *Guidance* em Margem com Clientes e Carteira de Crédito e Receitas de Serviços. Considerando as linhas de desempenho mais fraco vemos uma aceleração do crescimento da margem com clientes principalmente no segundo semestre, em função da reabertura da economia e crescimento de linhas com maior *spread*. Na carteira de crédito o crescimento anual nesse momento é prejudicado por um efeito de base de comparação em Grandes Empresas o que levará a uma aceleração natural ao longo do segundo semestre com uma base mais favorável e aceleração do negócio, convergindo cada vez mais para o centro do *Guidance*. Também vemos potencial aceleração do crescimento em Pessoas Físicas e Médias empresas. Finalmente, acreditamos em uma aceleração natural nas Receitas de Serviços também com a reabertura da economia, com impacto em: Receitas de Cartões, Cobrança e Arrecadação com aumento de volumes; Fundos de investimento por troca de mix e possivelmente crescimento de fundos DI com aumento de Selic, e também por uma base de comparação mais favorável, pois como dissemos essa linha passou por um período de ajustes no primeiro semestre de 2020. Em resumo, nós esperamos uma melhora do desempenho ao longo dos próximos trimestres. Desta forma consideramos que nosso *Guidance* continua consistente. Sem razões para qualquer alteração.

Muito obrigado pela atenção de vocês até o momento! Passamos agora para a seção de Perguntas. Muito obrigado!

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

**Thiago Batista** – Opa, bom dia a todos, obrigado pela oportunidade, eu tenho duas perguntas. A primeira é em relação ao *marketplace* que vocês lançaram recentemente, o que o Bradesco almeja com esse lançamento? Minha pergunta é, produtos não financeiros podem no futuro ser uma linha de fato relevante para as receitas do banco ou é mais uma estratégia de manter o cliente dentro do ecossistema, dentro do app do banco, eu queria entender que quando se pensa em um *marketplace*, por exemplo que vocês



lançaram para o Prime, o que vocês imaginam no longo prazo que essa iniciativa vai trazer? A segunda, é uma pergunta mais específica do trimestre, quando a gente olha a provisão desse trimestre, ela caiu bastante, mas mesmo assim vocês fizeram R\$1 bilhão mais ou menos de provisão complementar, me fala um pouquinho dessa provisão complementar e como vocês estão vendo a dinâmica de provisão para os próximos trimestres? Se essa provisão complementar foi de fato alguma preocupação que vocês estão vendo na carteira de vocês ou se foi uma posição mais conservadora, me fala um pouquinho dessa provisão complementar se vocês puderem.

**Octavio Lazari** – Oi Thiago, bom dia, é um prazer falar com você, é o Octavio Lazari. Thiago, é muito boa sua pergunta, esse *marketplace* que nós já implementamos no Prime e também no Next e isso vai ser extensivo a todo o banco. Você tem razão, poderá e deverá trazer produtos não financeiros também, a Disney é um bom exemplo, o canal de *streaming* da Disney já é um exemplo de um primeiro movimento que nós fizemos, nós chamamos isso de Bradesco *as a service*, seja ele *financial service* ou não, então certamente você verá dentro dos apps do Bradesco, talvez um super-app no futuro próximo, a venda de produtos não financeiros, isso é uma tendência e é um trabalho que nós vamos fazer, até por uma necessidade de substituição de fees que naturalmente você acaba perdendo com os novos entrantes no mercado, com PIX, com WhatsApp Pay e etc, então isso é uma tendência e nós estamos trabalhando nela. Além disso, com relação à PDD que você perguntou, na verdade o que aconteceu Thiago, foi o seguinte, nós observamos que dentro de uma situação normal, aqueles clientes que fizeram prorrogação de dívida, não conseguiram pagar e prorrogaram de novo, não pagaram, não conseguiram pagar nem a primeira parcela, dentro de uma situação normal, você começa a degradar o *rating* desse cliente e depois de 180 dias, você está com 100% provisionado e dependendo do prazo da operação, depois de um ano. O que a gente resolveu fazer, foi antecipar isso, já que a gente percebe que esses clientes provavelmente não vão pagar mesmo, então antecipa, acelera a degradação de *rating* desses clientes imediatamente, então jogamos todos para H e fizemos a provisão e eventualmente aqueles clientes que vierem a pagar agora nos próximos meses, esse recurso volta para o resultado do banco, então basicamente é isso. Renato você quer complementar alguma coisa com relação à produtos não financeiros que o Thiago perguntou? O Renato Ejnisman é o nosso CEO do Next.

**Renato Ejnisman** – Obrigado Octavio, posso complementar sim. Óbvio, existe uma convergência do varejo com produtos financeiros e até com a própria mídia como o Octavio já deu exemplo da Disney, então tudo está refletido nessa decisão. Mas no fundo o que a gente está fazendo é pensando no cliente, o que faz mais sentido pro cliente e a questão do *Marketplace* acaba dando não só uma comodidade pro cliente como acaba fazendo com que a gente possa usar esse benefício do *cashback* a favor do

cliente. Muitas vezes, você vai ter produtos que vão estar a um preço menor do que você consegue achar em sites de varejo disponíveis dentro do nosso *marketplace*. Isso do ponto de vista nosso, aumenta a frequência e recorrência do cliente, então esse é um ponto bastante relevante. E o que acontece do ponto de vista, falando do Next, principalmente do ponto de vista de linha de receitas, é lógico que o principal vai continuar sendo cartões, produtos de financiamento e investimentos, mas essa linha de *marketplace* também, a gente acredita que vai adicionar uma fonte de receitas adicional no futuro. Obrigado Octavio.

**Octavio Lazari** – Obrigado Renato.

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

**Jörg Friedemann** – Obrigado pela oportunidade, bom dia a todos. Obrigado pela apresentação Octavio, eu também tenho duas perguntas. Vou tentar explorar um pouquinho mais também a questão do provisionamento, até Octavio, me desculpe, eu perdi a sua explicação sobre onde você pretende ficar no *Guidance*, na parte de PDD para o ano, se você puder reforçar esse comentário, eu agradeço. Mas relacionado à isso, a minha pergunta é que dado que você mencionou durante a apresentação e a carteira renegociada, ela vai ser um dos *drivers* pro provisionamento adiante, qual a cobertura que vocês acham que é ideal pra essa carteira que já foi lá atrás de 78% e hoje está em 64% e também relacionado à PDD expandida, se você pudesse dar uma visão sobre o que você acredita que vai ser o *impairment* pra esse ano, a gente viu um *impairment* quase zerado nesse trimestre depois de mais de R\$1.400bi no último trimestre, se vocês já fizeram um *front-load* de grande parte do que é esperado desse *impairment* pra 2021 ou se a gente deve ter um *pick-up* nos próximos trimestres, essa é a parte de provisão. E a segunda pergunta, é uma pergunta rápida sobre dividendos, a gente ficou muito bem impressionado com o *buyback* que vocês anunciaram recentemente, acho que é uma mudança de paradigma do banco em relação à remuneração do investidor, mas eu gostaria de entender se além do *buyback*, você também pode dar um direcionamento do que vai ser o *payout* para esse ano, ano passado ficou no mínimo regulatório e nos anos anteriores estava oscilando de 35% a 40% com exceção de 2019 que teve o pagamento de extraordinários, então quanto que vai ser mais ou menos esse *payout*, a gente pode voltar à ter uns 35% a 40% pelo menos? Obrigado.

**Octavio Lazari** – Jörg, bom dia, é um prazer falar com você. Thiago, me perdoe que eu não complementei a resposta que você perguntou sobre a PDD para o ano então vou aproveitar a pergunta do Jörg e eu já respondo tudo, me perdoe pela minha falha. Jörg, com relação à provisão que você falou, a gente comentou sobre essa provisão de R\$1bi, nisso só para

complementar ou para vamos dizer assim, para dar uma cor melhor na informação que eu dei para o Thiago, desse R\$1bi que a gente fez, não é tudo que foi aceleração de degradação de *rating*, foi R\$370 milhões de degradação de *rating* e o outro restante foi provisão normal. A nossa expectativa quando você olha, expectativa não, a nossa convicção eu diria Jörg, quando você olha o nosso *guidance* de PDD, nós estamos com um *guidance* para provisão, para PDD expandida de R\$14 a R\$17 bilhões e o realizado agora no primeiro trimestre foi R\$3,9, então eu posso afirmar para você com bastante tranquilidade que a nossa provisão, nossa PDD vai ficar mais ou menos no centro do *guidance*, eu diria pra você, de R\$15bi à R\$16bi, R\$15,5 é o que deve acontecer observando tudo isso que nós já observamos no primeiro trimestre, o nível de provisão que a gente já tem e a qualidade das carteiras de crédito. Por isso que essa cobertura que nós temos hoje para carteira renegociada partindo para aquilo que você falou, para nós, ela está extremamente confortável, está bem tranquilo e nós temos uma provisão que suporta a inadimplência que a gente tiver na carteira renegociada, você observa que essa inadimplência havia caído, ela subiu agora para 14,4%, mas está abaixo do nível histórico. Ou seja, a provisão que a gente tem nessa carteira renegociada de onde deve vir, como você bem observou, a inadimplência, ou a necessidade, o consumo de provisão, melhor dizendo, nos próximos trimestres, a provisão que temos nessa carteira renegociada é bastante robusta e suficiente para fazer frente à inadimplência. Então só reafirmando, para a PDD expandida de 2021, vocês podem ter a convicção de estar mirando no centro do *guidance*, de R\$15 a R\$16 bilhões que é o que deve acontecer. E com relação à dividendos Jörg, nós vamos voltar para a nossa média histórica, tivemos uma limitação no ano passado por conta de uma determinação do regulador, mas esse ano a gente já anunciou a recompra que era algo que vocês nos falavam e nos cobravam com muita justiça, com muita coerência, então a nossa tendência é a gente voltar para os níveis históricos de pagamento de dividendos e JCP, é isso que a gente quer para poder remunerar cada vez melhor o nosso acionista.

**Leandro Miranda** – Jörg, aqui é o Leandro. E conforme o nosso comunicado, a recompra é adicional aos juros sobre capital próprio e dividendos.

**Jörg Friedemann** – Perfeito, está super claro. Só um *follow-up* rapidinho sobre a questão de *impairment*, se vocês pudessem comentar de expectativa ou se já foi feito grande parte do *front-load* no quarto tri do ano passado, obrigado.

**Octavio Lazari** – Desculpa Jörg, eu não entendi bem a pergunta e eu estava pedindo para os meninos me traduzirem. Com relação ao *impairment* Jörg, a gente teve no quarto trimestre, a gente teve aqueles dois casos específicos que a gente não precisa falar o nome, mas vocês todos sabem quem são, então foi o caso que teve que fazer, agora no primeiro trimestre não teve

nenhum caso e não tem nada, zero no radar de qualquer *impairment*, até você passando na sua cabeça os casos das grandes empresas que tem *impairment* e que tinham que ter sido feitos, já foram feitos, então não tem nada no radar, zero.

**Jörg Friedemann** – Perfeito, super claro. Obrigado pelos esclarecimentos.

**Operador** – Nossa próxima pergunta vem de Marcelo Telles do Credit Suisse. Marcelo, sua linha está aberta, pode prosseguir.

**Marcelo Telles** – Bom dia Octavio, bom dia a todos, obrigado pela oportunidade. Eu tenho duas perguntas, a primeira um pouco mais específica, em relação à Ágora, se vocês pudessem falar um pouquinho sobre como está estratégia de vocês para a plataforma de investimentos. Me chama atenção, vocês aumentaram o número de clientes na Ágora, por outro lado, o *AuC* não cresceu, cresceu muito pouco, então eu queria entender um pouco qual o plano para Ágora? O que vocês estão esperando de crescimento em termos de ativos sob custódia, de clientes, qualquer *KPI* que vocês puderem compartilhar seria muito bom. E a segunda pergunta, se pudesse falar um pouquinho do efeito do aumento da Selic na margem, como a gente poderia pensar nesse impacto? Eu sei que boa parte do efeito acaba vindo na margem com mercado por conta do capital de giro, mas se pudesse comentar um pouquinho, relembrar a gente de como vocês veem o impacto, se vocês fizeram algo de hedge, só para entender um pouquinho se o impacto pode ser positivo na margem de vocês. Muito obrigado.

**Octavio Lazari** – Marcelo, um prazer falar com você. Com relação à Ágora, a gente continua com todo o trabalho de investimentos na Ágora, a gente terminou agora no primeiro trimestre, um ajuste, na verdade nem é um ajuste porque na realidade, nós mudamos a plataforma, então acho que a Ágora hoje está muito mais pronta para atender nossos clientes e o investimento nela vai ser total. Você viu a redução de estrutura que nós fizemos ao longo do ano passado, sobretudo no último trimestre, mas na Ágora a gente não poupou, muito pelo contrário, nós estamos contratamos gente, gente de mercado, trazendo gente boa de mercado, aumentamos os investimentos na plataforma da Ágora para termos uma plataforma muito interativa para atendimento dos nossos clientes, o Next trazendo clientes para a Ágora também. Então o desafio, a nossa cabeça com relação à plataforma de investimentos é acelerar a Ágora, acelerar em todos os sentidos, tanto no crescimento interno, crescimento natural que a gente tem dos nossos clientes e olhando oportunidades no mercado que possa haver para crescer, se fizer sentido para o negócio, quer seja em *management*, quer seja no aumento do *AuC* desse negócio e aumento de clientes, nós vamos buscar outras alternativas pro crescimento da Ágora porque a gente sabe que ela é uma plataforma de investimentos importante e vai ser fundamental no



crescimento desse segmento que a gente pretende fazer. Com relação à Selic, naturalmente que esse aumento que deve acontecer agora de 0,75%, indo para 3,5%, ele tem um impacto imediato na margem com mercado, isso é natural, mas também com a margem de clientes, a gente vê uma perspectiva de melhora, porque a gente consegue ajustar um pouco o preço, não só por isso, mas também pela retomada da atividade econômica, a gente consegue distribuir melhor as nossas linhas de crédito e o que eu digo melhor, é aumentar o volume de crédito oferecido aos nossos clientes, principalmente pelos canais do *digital* porque lá atrás a gente teve que dar uma apertada realmente nos modelos de *credit score* por conta dos desafios de pandemia e até onde a gente iria, mas hoje a gente já consegue liberar um pouco esse consumo de crédito por parte dos nossos clientes, tanto é que há duas semanas atrás nós liberamos uma primeira tranche que foram R\$40 bilhões de limites novos para as pessoas físicas, em limites de crédito pessoal, cartão de crédito e cheque especial que trazem margens muito melhores do que a gente observou no primeiro trimestre do ano passado que basicamente foram ou linhas de governo para pessoas jurídica como o FGI, PRONAMPE e etc, ou linhas de pessoas físicas que basicamente eram crédito consignado com aquele aumento que aconteceu mais recentemente de 5% na margem, então a expectativa é muito boa de crescimento da margem e o Leandro pode complementar, por favor Leandro.

**Leandro Miranda** – Marcelo, tudo bem? Olha, na Ágora...

**Marcelo Telles** – Tudo bom Leandro.

**Leandro Miranda** – Tudo joia, a gente teve um crescimento de clientes e contas como você viu na apresentação do Octavio, muito expressivo, na ordem de 50% no primeiro trimestre e o *AuC* não acompanhou simplesmente porque a maior parte dos nossos ativos são de renda variável, então como a bolsa está tendo uma performance negativa no ano, você tem um descasamento entre o crescimento de clientes e o *AuC*. A grande notícia agora, na linha do que o Octavio estava comentando, é que a gente tem aumentado a nossa plataforma continuamente e já temos a maior plataforma de renda fixa do mercado, então com subida de taxa de juros, com a migração de pessoas querendo fundos multimercados e também proteção de capital, a gente espera crescer esse *AuC* de uma forma parelha com o crescimento de contas. A Ágora também vai estar lançando cartões de crédito com *cashback* e Livelo e nós vamos estar investindo ainda mais nas plataformas para *traders* de alta frequência, então a gente acredita que isso tem um impacto bastante positivo. E por fim, nós estamos também adaptando todas as nossas plataformas tecnológicas para RLP, o que gera também um fluxo adicional importante para a Ágora.

**Marcelo Telles** – Perfeito, muito obrigado Leandro. Obrigado Octavio.

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

**Pedro Leduc** – Bom dia a todos, obrigado pelo *call*, pela pergunta. Em duas partes, a primeira mais qualitativa, como se deu a evolução ao longo deste primeiro trimestre, começou muito diferente do que terminou, tanto em originação de carteira, como *NPLs* ou até oportunidades de mix, essa é a primeira parte para gente ter uma foto talvez, se foi mais no final de março e como a gente entra pro segundo trimestre nesse sentido. E a segunda pergunta mais específica, variação da margem com clientes, satisfeitos em ver o mix contribuindo, mas o *spread* a gente viu que ele tira um pouco da sua variação da margem e aqui queria explorar um pouquinho disso, quais linhas vocês vêem ainda essa dificuldade, está tendo essa retração de *spread*, se tem mais a ver com a demanda que ainda não voltou ou talvez com o ambiente de mercado mesmo e se a gente pode esperar essa linha de *spread* vindo a contribuir positivamente nos próximos trimestres. Era isso, obrigado.

**Octavio Lazari** – Oi Pedro, é o Octavio Lazari, bom estar falando com você, espero que esteja tudo bem com você e com a família. É interessante essa sua pergunta e eu já até agradeço por você tê-la feito, as duas perguntas, porque de fato, primeiro, o comecinho do ano foi um começo de estar atolado, estar patinando no mesmo lugar, a gente não via as coisas andando numa velocidade que a gente gostaria mas o que a gente percebeu é que ao longo da passagem já no finalzinho do mês de janeiro, a gente já percebia uma movimentação maior, quer seja no número transações dos clientes com o banco, busca por crédito pessoal, tirando crédito imobiliário que começou voando, andando a todo o vapor, as outras linhas começaram a deslanchar, talvez aí até um pouco do efeito do final do ano mas começaram a deslanchar já no final de janeiro. Então o que a gente observa é que é um crescimento contínuo, janeiro, fevereiro, março e abril, a gente já vê abril melhor do que o trimestre que a gente está fechando agora. Então a tendência nos parece muito mais positiva, principalmente se a gente tiver uma redução dos casos, a gente tem que entender que a vacina é uma condição *sine qua non* para que todo esse cenário melhore de fato, então acho que você tem razão, começou a acelerar e um crescimento positivo a partir de final de janeiro, fevereiro, março, abril e assim a coisa vai indo e tenho certeza que vai continuar crescendo e isso vai impactar diretamente nos nossos negócios, nas linhas, no *spread* e no crescimento de margem. E com relação ao segundo ponto que você falou, de margem, de receita de serviços, é até importante a gente colocar esse assunto porquê é importante a gente passar pra vocês também o entendimento e como se pautou as nossas decisões e até vai fazer parte da história neste momento de pandemia e no último trimestre que a gente estava vivendo, porquê o Sr. Trabuço diz sempre muito bem aqui, você

sempre tem duas alavancas pra crescer, a de receitas e a de despesas, só que para reduzir despesas, precisa ter transpiração, agora crescer receita precisa de inspiração, quer dizer, uma coisa é arte e a outra coisa é devoção. Partindo desse pressuposto e toda a discussão que a gente teve no *management* Pedro, imagina o seguinte, você como *CEO* de uma grande organização, o próprio Itaú ou Bradesco, tendo o mês de setembro de 2020 como um ponto de partida, quer dizer, você ia entrar no último trimestre do ano de 2020 e, portanto, você tinha que preparar a sua empresa, a sua corporação para andar em 2021. E a gente sabe claramente que lá em setembro, você estava tendo um agravamento dos casos de pandemia, mais cidades entrando em *lockdown*, problemas com a vacinação, enfim, uma série de problemas que a gente está vivendo, e a gente sabe Pedro, que uma alavanca é crescimento de receitas, só que ela sobe de escada e a outra alavanca é a redução de despesas e essa você pode descer de elevador, então a sua decisão estratégica, a sua escolha de Sofia é o que a gente deve fazer para obter o melhor resultado? Quando você olha Pedro, na própria apresentação você tem as linhas de receitas de serviços, quando você olha linha a linha, rendas de cartão por exemplo, que é uma das primeiras, como você cresce as rendas de cartão se as pessoas estão mais tempo em casa, as empresas estão trabalhando em home office, não tem despesas de viagens, não tem despesas de alimentação, é muito difícil você conseguir crescer as receitas, se a gente fala de administração de fundos, naquele momento você observou um *flight to quality*, as pessoas indo para renda fixa, aplicando muito mais em CDBs, em fundos, isso aconteceu no mercado todo, como que você cresce essas linhas? Em operações de crédito, você vai crescer as operações de crédito, você pode até crescer as receitas de operações de crédito, mas você vai ter que correr muito mais risco e, portanto, essa conta pode chegar depois numa linha de inadimplência depois e não vale a pena você e arriscar e as linhas de crédito que estavam crescendo eram as linhas de governo, PRONAMPE, FGI e etc, que não tem tarifas e taxas de juros e *spread* muito baixas e as linhas de pessoas físicas que estavam crescendo eram consignado e crédito imobiliário, onde os *spreads* são mais baixos. Cobrança e arrecadação, até pela natural diminuição da atividade econômica, você tem menos volumes de cobrança e arrecadação para fazer, além dos novos entrantes, como na época o PIX, como o WhatsApp Pay agora, então essas linhas ficam mais prejudicadas para crescimento. Consórcio é uma venda mais consultiva, você precisa ter um contato mais próximo com o cliente, dá para vender, mas não na velocidade que a gente gostaria porque você não está com 100% da sua força de vendas trabalhando *full-time*. Receitas de custódia e corretagem, é a que o Leandro falou, é aonde a gente conseguiu crescer e *underwriting* e assessoria financeira depende da janela do mercado de capitais, você teve boas aberturas de capital, mas você teve muitas delas em que os empresários engavetaram porque a janela não estava adequada. E conta corrente era onde você poderia acelerar, abrir mais contas correntes para ganhar escala, então contra esse teto baixo, você só tem uma alternativa que é ganhar escala. Então aí como *CEO* nós tínhamos duas

alavancas, a primeira, vou mexer um pouco na alavanca da esquerda que é aumentar receitas fazendo o que? Aumentando a escala do banco, precisamos abrir mais contas, trazer mais clientes para dentro do banco, se você pegar o primeiro trimestre de 2020 e comparar com o primeiro trimestre de 2021, o banco cresceu 3,5 milhões de contas líquidas, então você vê o quanto nós crescemos em conta corrente, ganhar escala para ter mais fonte de resultado, mais fonte de receita. Por outro lado, despesa, o que dá para fazer? Despesa é na veia, de vez subir de escada na receita, eu vou descer de elevador na despesa, então vamos cravar e fazer toda a redução de estrutura, melhor dizendo, que a gente pode fazer e aí nós fizemos toda aquela redução que você observou na estrutura, reduzindo o número de agências e etc, que propiciou essa redução substancial tanto no quarto trimestre, nós fizemos isso em três meses, então tanto a redução que teve no quarto trimestre quanto a redução que se apresentou ainda no primeiro trimestre com 4,7%. Então, eram escolhas que precisavam ser feitas, reduzimos despesas drasticamente e vamos continuar capturando essas despesas e margem e receitas de prestação de serviços, você captura, ela tem um efeito de inércia, porque abre a conta, depois começa a movimentar, aí você traz ele para dentro do CRM, traz ele para dentro do *Analytics* e começa a oferecer produtos e o cliente passa a comprar, mas tem um tempo para você amadurecer o relacionamento do cliente dentro do banco. Então todo esse trabalho que a gente fez de reduzir a estrutura onde precisava e como precisava, trazendo a corporação para um custo de servir mais adequado e acelerando onde dava para acelerar, para a gente capturar receitas e assim foi como eu disse, na conta corrente, foi assim na seguradora, você viu os números da seguradora e em outros produtos e serviços do banco. Então a gente está muito consciente e muito confortável porque a gente fez o trabalho que seria adequado para a gente começar agora a buscar essas receitas em todas as outras linhas de negócios do banco. Óbvio que você tem hoje, concorrências como eu disse, do PIX que diminuem um pouco do teu *fee* de receita por um lado mas você tem que buscar receita em outras linhas de negócio porque essa não vai ter como voltar porquê é natural que as pessoas migrem, é natural que ela goste, é mais fácil, é mais simples para ela operar, então a grande sabedoria é você fazer esse *trade-off*, se tem algumas linhas que eu vou perder por uma contingência de mercado, eu tenho que encontrar outros *profit pools* que possam fazer o resultado do banco crescer. Então como a base de comparação é muito ruim por causa do primeiro trimestre de 2020, nós temos certeza agora que a nossa capacidade de crescimento ao longo de 2021 vai ser muito boa, por isso que nós não mexemos no *guidance* e entendemos que nessa linha, nós devemos ficar no centro do *guidance* para cima pela captura de novos *profit pools*.

**Pedro Leduc** – Belíssima revisão das tendências, principalmente na parte de serviços, obrigado. Eu tinha feito, acho que ficou no finalzinho e cortou, eu tinha feito uma pergunta sobre *spread* também, se você vê chance, se é mais



uma questão de demanda, de ambiente de mercado, se a gente pode ver o *spread* vindo contribuir a margem ao longo do ano, é só isso, obrigado.

**Octavio Lazari** – Sim Pedro, me desculpe. Eu acredito que sim, o crescimento da Selic de alguma maneira influencia também que você tenha um *spread* melhor, mas nós voltamos a operar mais fortemente com linhas de *spread* melhor como cheque especial, como cartão de crédito, com crédito pessoal e naturalmente com a abertura da economia, as pessoas voltando a trabalhar, as pessoas voltando a consumir, todo o auxílio emergencial que o governo colocou para as pessoas, esse auxílio emergencial praticamente foi consumido, você lembra que lá atrás, no comecinho do segundo semestre, a poupança estava crescendo, hoje a poupança já está caindo novamente porquê as pessoas usaram, quer dizer, gastaram esse dinheiro, então elas vão ter que tomar linhas de crédito que têm *spreads* melhores e nós naturalmente, como eu disse, a gente tinha trancado um pouco os modelos de *credit score*, e reabrimos, tanto é que nós liberamos há duas semanas atrás, mais de R\$40 bilhões de limites novos para clientes, tanto de cheque especial como crédito pessoal e cartão de crédito, então essas linhas certamente vão dar uma condição melhor da gente crescer *spread*, então a expectativa e a perspectiva é de crescimento também, das linhas de *spread*.

**Pedro Leduc** – Perfeito, me anima. Muito obrigado.

**Operador** – Nossa próxima pergunta vem de Henrique Navarro, do Santander. Henrique, sua linha está aberta, pode prosseguir.

**Henrique Navarro** – Pessoal, bom dia, obrigado pela oportunidade e parabéns pelo resultado. Duas perguntas, a primeira é nas despesas operacionais, vocês estão bem próximos do *bottom* do *guidance*, um número muito bom, eu só queria entender a dinâmica olhando para frente. O que eu entendo é que vocês tiveram um 2020 muito bom nessa questão de contenção de custos, e esse movimento foi um pouco inercial, esse 2020 muito bom entra um pouco no primeiro trimestre, ou seja, da maneira que eu estou vendo e é isso que eu estou perguntando pra vocês se eu estou vendo da maneira correta é que esse *bottom* do *guidance* de despesa operacional é que é natural que após um primeiro trimestre muito bom, é que ele deveria convergir para metade, então se é isso que eu deveria tratar no meu modelo e no entendimento do comportamento dessa linha pra frente? A segunda pergunta é sobre seguros, eu queria mais uma ajuda mesmo de vocês, o Bradesco é muito forte no ramo de saúde e eu queria uma ajuda para entender o comportamento da linha de sinistralidade, ela teve uma queda boa e a gente sabe que esse número está muito poluído pelo movimento da Covid, ou de *lockdown*, não ida aos hospitais, então às vezes acontece uma ida mais frequente ao hospital, então a gente teve no segundo trimestre de 2020, uma queda maior, jamais vista na sinistralidade médica e agora a gente

está tendo uma no primeiro trimestre, o problema é que no segundo trimestre de 2020, a gente viu que a conta chegou depois, a gente teve no quarto trimestre, um número muito alto. Então eu queria entender mais essa queda que a Bradesco Saúde mostra no primeiro trimestre, eu queria entender a dinâmica disso, ela se deve à uma menor ida ao hospital, a gente consegue olhar esse número como um número estabilizado ou é um número que ele pode cair e eventualmente depois pode ter aquele impacto ruim que a gente teve no quarto trimestre? Eu queria mais entender a dinâmica mesmo, uma vez que vocês são os maiores *players* do seguro de saúde no Brasil, obrigado.

**Octavio Lazari** – Obrigado Henrique pela tua pergunta, bom dia. Com relação às despesas, depois a sinistralidade de seguros, nosso presidente da Bradesco Seguros está aí, o Ivan Gontijo, eu vou passar para ele. Com relação às despesas Henrique, você está correto na sua análise, quer dizer, as despesas estão no *bottom* daquilo que a gente colocou de *guidance*, a gente continua fazendo uma lição de casa importante, você viu o quanto foi de encerramento de agências e redução de estrutura que a gente fez ano passado, esse ano, no primeiro trimestre, a gente encerrou 83 agências, então eu diria pra você que a tendência esse ano é a gente ficar entre 300 e 400 pontos que a gente vai encerrar ou transformar em unidades de atendimento, onde você tem um custo muito menor. Então considerando um aumento de inflação, considerando o reajuste dos bancários que você tem lá em setembro, então eu diria que a sua análise está correta, ela tende a vir mais para o centro do *guidance*, só que nós estamos segurando essa rédea para ela ficar do centro do *guidance* para baixo. Então esse é o nosso objetivo primordial aqui, é segurar a rédea apesar do impacto de inflação, apesar de outros custos, IGP-M, correção de aluguel, enfim, tem uma série de coisas que você sabe, mas a tendência é ela ir para o centro do *guidance*, mas nós estamos com a rédea muito curta para tentar manter isso do centro do *guidance* para baixo. Ivan, o Ivan Gontijo é o CEO da seguradora, você pode responder, com relação à essa tendência da sinistralidade Ivan?

**Ivan Gontijo** – Pois não Octavio, obrigado pela pergunta. Com relação à sinistralidade total do grupo, nós estamos notando aqui que ela atingiu o ponto de 77% nesse primeiro trimestre de 2021, apresentando um relativo aumento de 4,8 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano anterior. Ela, na verdade, pode ser traduzida como reflexo dos eventos realizados por conta da Covid e da retomada dos procedimentos eletivos na Bradesco Saúde, em virtude da flexibilização das medidas relacionadas ao distanciamento social. Ela é dinâmica e nós estamos acompanhando aqui diretamente e a tendência dela, nós ainda não temos um campo visual que nos permita dar um prognóstico para o futuro, mas nós estamos atentos e fazendo as provisões prudenciais que dão o conforto e a sustentabilidade para o negócio.

**Octavio Lazari** – Henrique, então dado isso que o Ivan falou, se você observar no gráfico histórico que a gente colocou desde o primeiro trimestre, você teve uma subida quando a gente pensou que essa segunda onda não seria mais forte, os processos, os atendimentos eletivos acabaram voltando com força porque ficaram acumulados, por isso é que você vê o índice de sinistralidade indo para 83% no quarto trimestre, quase 84% e o índice combinado indo quase à 96%. Aí no primeiro trimestre, com o agravamento da pandemia, os eletivos voltaram para baixo, quer dizer, diminuíram novamente, por conta da lotação dos hospitais, da capacidade dos hospitais, então ele voltou para 77% e 88% o índice combinado. Então acho que uma boa medida Henrique, é a gente olhar o gráfico histórico, ele pode subir um pouquinho, descolar um pouquinho por conta de algum processo, atendimento eletivo que tenha ficado para trás, mas não muitos, porquê os hospitais ficaram 100% lotados o tempo todo, mas é olhar sempre esse gráfico mais histórico, ao redor de 74%, 75%, 76% e o combinado em torno de 84%, 85%, deve ser a tendência que a gente vai observar. Talvez, um pouquinho de aumento do índice de sinistralidade quando a gente tiver uma redução efetiva da pandemia, do contágio, por conta de um represamento muito menor agora de atendimentos eletivos, mas depois deve manter uma trajetória mais do período pré-pandemia.

**Henrique Navarro** – Ok, muito obrigado.

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

**Octavio Lazari** – Bom gente, muito obrigado a todos minhas amigas e meus amigos. A gente está, eu não diria otimista, mas com uma visão positiva para o cenário econômico do Brasil, que as coisas possam melhorar, é fundamental que a gente tenha a vacinação, isso vai ser o divisor de águas para que a gente possa entrar em um ciclo mais virtuoso da nossa economia. Obviamente com todo o Estados Unidos e Europa já completando um grande número de pessoas vacinadas, certamente terá uma sobra maior de vacinas para os países em desenvolvimento, Brasil, África, Índia que está passando por um problema seríssimo, então a gente entende que nós vamos ser beneficiados, se é que a gente pode usar essa palavra, por uma vacinação em massa nos países desenvolvidos e a gente ter acesso à um número maior de vacinas, o Brasil já mostrou que tem capacidade para vacinar 1,5 milhão de pessoas por dia, isso já aconteceu recentemente e se a gente acelerar, dá até para a gente aumentar esse número, então rapidamente a gente consegue proteger a maioria da população brasileira que vai ser o ponto fundamental para que a gente possa entrar em um processo mais virtuoso de crescimento. Então a nossa visão é cautelosa, mas é positiva, de que assim sendo, a gente vai conseguir

sair dessa fase e eu acho que o Bradesco está muito preparado pelos números do balanço, pela estrutura do balanço, pela robustez do balanço, para aproveitar esse ciclo de crescimento e, apesar da concorrência, dos novos entrantes, das *fintechs*, e até das *big techs* agora, a gente manter um crescimento virtuoso dando retorno para o nosso acionista. Muito obrigado pela atenção de todos, fiquem bem, fiquem com saúde. Um grande abraço a todos e muito obrigado.

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