



**BMG**  
**TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS – 1T20**  
**08 DE MAIO DE 2020**

**Operadora:**

Bom dia, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco BMG referente aos resultados do 1T20. Estão presentes hoje conosco Ana Karina Dias, CEO, Marco Antunes, VP de Sustentabilidade dos Negócios, Flávio Neto, Diretor de Relações com Investidores, e Danilo Herculano, Superintendente de Relações com Investidores.

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação do Banco BMG. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a teleconferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando asterisco zero.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet via webcast, podendo ser acessado no endereço [www.bancobmg.com.br/ri](http://www.bancobmg.com.br/ri), onde se encontra disponível a respectiva apresentação. A seleção dos slides será controlada pelos senhores. O replay deste evento estará disponível logo após seu encerramento.

Antes de prosseguir gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência relativas às perspectivas de negócios do Banco BMG, projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia bem como em informações atualmente disponíveis para o Banco BMG. Considerações futuras não são garantias de desempenho e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores e analistas devem compreender que condições gerais, condições do setor e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros do Banco BMG e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais condições futuras.

Gostaria agora de passar a palavra à Ana Karina, que iniciará a apresentação. Por favor, Ana Karina, pode prosseguir

**Ana Karina Dias:**

Bom dia a todos. Estou aqui com meu colegas, Marco Antunes e Flávio Neto, e viemos aqui apresentar o resultado do 1T20 do Banco BMG.

Antes de entrar na apresentação de resultado *per se*, gostaria de retomar um tema importante que levantamos na apresentação de resultados do último trimestre, que é a estratégia do Banco BMG.

Essa estratégia pode se resumir em sair de um banco físico com uma conta digital para um banco que, realmente, conecta a melhor experiência humana com a tecnologia. O que significa isso? Que o nosso cliente tem acesso à tecnologia, à formalização remota, a um banco digital, mas tem todo o apoio que precisa, tanto da nossa rede física, de forma presencial e remota. E neste momento, então, a forma remota tem se mostrado bastante importante, pelo momento que o país está passando.

Indo para a página quatro, gostaria de tangibilizar o que já foi feito em relação a nossa estratégia 'figital'. Primeiro, nós trabalhamos bastante com aplicativos com formalização

remota, para que nossos franqueados e correspondentes bancários possam formalizar de fato, através de *web* e *app*, todas as suas transações.

Isso tem um impacto importantíssimo, tanto em redução de risco quanto de custo, o que é bem alinhado com a estratégia do Banco.

Nosso banco digital já conta com mais de 1 milhão de clientes. Tem um crescimento contínuo aqui. E, principalmente, clientes desenvolvidos dentro da nossa plataforma física. E isso combina, sim, o 'figital', o físico com o digital.

Hoje, toda a tecnologia que já tínhamos nas lojas *help!* de biometria digital, conseguimos alavancá-la para formalização remota, nesse momento tão importante que estamos vivendo, de distanciamento.

Também neste momento de distanciamento, e já com a tecnologia instalada, conseguimos alterar todos os nossos *scripts* para realmente reforçar que nosso cliente não saia de casa, mas também possa acessar o Banco.

Um exemplo claro aqui: a procura do nosso cliente usando canais remotos, no WhatsApp, por exemplo, que é tão fácil de comunicação com o Banco, mais que dobrou. E não só via WhatsApp, mas esse é um exemplo claro de você usar o melhor da tecnologia para ajudar o seu cliente.

E também, muito na proposta de valor, na diferenciação. Lançamos o Volta para Mim e o saque com QR Code, e depois falarei mais ainda da diferenciação.

Na página cinco, mostramos como essa estratégia tem dado certo. Principalmente agora, que fomos tão desafiados, todos nós, o mundo inteiro, onde precisamos conseguir chegar ao nosso cliente a distância.

A adaptação foi impressionante. Aqui, mostramos que, na semana um, a produção caiu para 57%. Na semana quatro, até você conseguir que essa formalização remota funcionasse bem, caiu para 46%. Já na semana sete, tinha subido para 87%. E a produção vem melhorando nesse ritmo.

Lógico, se pensarmos nos diferentes produtos, não na mesma proporção. Tem produtos como o Crédito na Conta, que eram majoritariamente na *help!*, que foram mais afetados que outros produtos. Porém, é importante reforçar essa curva em U, que teve a queda mas está subindo, e exatamente por isso, porque o 'figital' funciona. Você combinar essa estratégia de força de venda com formalização remota tem se mostrado muito bom neste momento em que a estratégia foi tão desafiada.

Outro pilar importante da nossa estratégia é a gestão de custo. Na página seis, vemos que ter dado um foco grande na gestão de custo tem tido um resultado excelente. O OBZ já entregou a mais no 1T20 do que foi desenhado. O OBZ já era desafiador, e já conseguimos entregar a mais que o combinado no primeiro momento, com linhas importantes, de jurídico, que sempre falamos sobre isso, tecnologia e outras despesas operacionais.

As metas dos principais executivos completamente atreladas ao OBZ, e com um efeito claro: o OBZ não deveria ser só *top-down*. Era muito importante que ele fosse imbuído na nossa cultura. E, através da nossa ferramenta Idealize, em que estimulamos que os funcionários tragam ideias, já temos mais de 100 ideias geradas e quantificadas, que realmente estão ajudando essa gestão de custos.

Isso mostra que não é só uma questão da Diretoria trazendo a importância do OBZ, mas o Banco como um todo comprou essa ideia. Temos que ser o mais eficiente possível, crescer com eficiência.

Na página sete, falamos do nosso terceiro pilar, que é a modernização do Banco, outro pilar fundamental para a nossa estratégia. E já temos resultados concretos: evoluímos bastante o modelo ágil, hoje com mais de 16 *squads*, com claros OKRs, metas claras e entregas sendo acompanhadas. E esse modelo ágil sendo espalhado para as outras áreas do Banco, com formas diferentes de times multifuncionais.

Reformulamos todo modelo de incentivos do Banco, desde o desdobramento das metas até o modelo de remuneração, onde as metas são desdobradas à luz do orçamento e com um modelo de remuneração envolvendo incentivos de curto prazo e longo prazo.

Dentro desse contexto todo, fizemos uma pesquisa de engajamento dos funcionários onde ficamos no top decil comparativo com o mercado. Então, é uma transformação que realmente envolve todos os funcionários.

E, de novo, trazendo mais um desafio que tivemos agora com o cenário do COVID-19, esse engajamento todo e essa comunicação com o Banco nos permitiu rapidamente desenvolver um modelo de *home office*. Hoje, já temos 96% dos nossos funcionários em *home office*, trabalhando. Já fizemos pesquisas de satisfação e de afetividade, com mais de 80% retornando que está funcionando muito bem, e podemos medir isso pela alta produtividade do Banco, e com um engajamento forte nesse modelo.

Tanto é que, apesar da transformação, *home office* é algo que pensávamos lá na frente, o modelo está tão bom que já consideramos uma grande parcela de *home office* como o novo normal, quando toda a crise acabar.

Indo para a página oito, vamos falar da razão de tudo isso, que é a centralidade no cliente. Continuamos crescendo o número de clientes, trimestre contra trimestre em 17%, um *cross-selling* importante de 1,78x, e com entendimento forte da necessidade do cliente, que tanto precisa de crédito, com aumento do limite do consignado, que precisa do cartão como meio de pagamento.

Hoje, o índice de frequência é de 92%, e ainda reforçamos muito a proposta de valor do nosso cliente *digital*, com *cashback* duplo, tanto para crédito quanto débito, e desconto em farmácias, que, neste momento, é fundamental.

Agora que falamos sobre a estratégia do Banco e o que já fizemos, tanto na implantação do 'digital', quanto na gestão de custos, quanto na modernização do Banco tendo um impacto forte no nosso cliente, passo agora palavra para o meu colega Marco Antunes.

#### **Marco Antunes:**

Obrigado, Ana. Vamos dar continuidade à apresentação, mudando aqui para o slide 11, falando da nossa estrutura de ativos de crédito, mostrando a nossa posição do 1T20, segregando entre varejo e atacado.

Olhando o varejo, do lado esquerdo do nosso slide, mostramos a nossa carteira de cartão de crédito e empréstimo consignado, onde temos 72% dos nossos ativos de varejo em risco consignado no Brasil, e 84% desse risco é federal, carteira nossa do INSS e dos servidores públicos federais.

Quando observamos o crédito na conta, um produto nosso de crédito pessoal, 56% dos nossos clientes já recebem o benefício no BMG. Isso demonstra o nosso forte posicionamento, tanto em termos de rentabilidade, como de risco de crédito.

Também operamos uma carteira via nosso banco em Cayman, compra de crédito via um contrato de *participation agreement* vindo dos Estados Unidos, onde operamos em um setor de menor volatilidade, envolvendo hospitais e escolas, e nós temos uma carteira também 'hedgeada', não temos exposição cambial.

Indo para a nossa carteira de atacado, temos uma carteira bem diversificada, com garantias reais, baixa concentração por cliente. E quando olhamos o nosso segmento de empresas, voltado a diversos setores, em especial o agronegócio, o *ticket médio* está na casa de R\$11 milhões, e uma carteira não tão longa, na casa de 13 meses de prazo de vencimento.

Então, também é uma carteira que temos visto com bastante segurança. Temos trabalhado firme nisso e não temos tido nenhuma surpresa até a presente data.

Mudando agora para o slide número 12, falando um pouco da gestão de risco, começando pelo risco de liquidez. Estamos com uma liquidez bastante adequada, sem concentração relevante de vencimentos para 2020. O recebimento das parcelas de crédito vem performando normalmente, dado o público e o produto que operamos. E, por outro lado, também temos nossos ativos com uma capacidade bastante alta de securitização.

Também nesse ponto, envolvendo liquidez, no mês de abril o Banco Central expediu algumas medidas, dando condições de liquidez para o sistema como um todo, envolvendo letras financeiras garantidas, em que temos a possibilidade de fazer emissão até de 1x o nosso patrimônio de referência, que é na casa de R\$2,9 bilhões, e também temos a possibilidade de operar no NDPGE, uma emissão com garantias, com um teto de R\$2 bilhões, que nos garante alguma tranquilidade em termos de liquidez.

Quando vamos para a estrutura de capital, estamos com uma estrutura bastante confortável. Nosso índice de Basileia está em 19,9%. Temos um capital efetivamente de qualidade. Como já citei, nosso patrimônio de referência é de R\$2,9 bilhões.

Também, olhando pelo lado do nosso regulador, expediu um normativo limitando o pagamento de JCP e dividendos ao mínimo obrigatório, que no nosso caso é 25%, que consta no nosso estatuto social, até 30 de setembro de 2020. Então, até lá podemos ter novidades em relação ao desenvolvimento da pandemia em si, e pode ter alterações nessa limitação.

Quando falamos um pouco do nosso risco operacional, da nossa estrutura, como estamos trabalhando, a Ana já comentou um pouco sobre a nossa adaptação rápida em trabalhar remotamente, 96% em *home office*. Isso dá uma tranquilidade para todo o nosso corpo de colaboradores.

Nosso nível de serviços tem se mantido em um nível bastante adequado, e com tudo o que fizemos e o que vínhamos fazendo, a formalização remota nos ajuda muito na automação de processos, como redução de risco de fraude, e também contribui para a redução de custos.

Então, quando olhamos esses pilares de risco, estamos em uma posição bastante confortável para enfrentar este momento da pandemia.

No próximo slide, falamos um pouco sobre nossas previsões operacionais. Previsões operacionais são fortemente impactadas pelas nossas ações cíveis, que chamamos de

ações cíveis massificadas, que é o nosso varejo, efetivamente. Temos uma forte atuação na causa raiz desde o 3T19, quando tivemos uma elevação na nossa despesa.

Então, o nosso olhar tem sido muito forte de lá para cá. Já tínhamos uma estrutura para isso, mas reforçando essa tese nossa de atuar na causa raiz, que envolve desde automação, de venda remota, e também com ações envolvendo inteligência artificial para monitorar processos, políticas de negociação, visitas ao judiciário. O nosso produto sempre merece e requer nossa atenção.

E observando o nosso nível de despesa para este 1T20, ficamos na casa de R\$84 milhões. Temos falado um pouco desse assunto com vocês, que essa despesa fica em torno de R\$90 milhões. Essa é a nossa expectativa, mas muito dentro do nosso orçamento, e do que vínhamos trabalhando para isso. Então, fechamos o trimestre em um nível o bastante adequado neste item de risco.

A partir deste momento, passo a palavra ao Flávio, que dará continuidade à apresentação.

**Flávio Neto:**

Obrigado, Marco. Entrando, finalmente, nos nossos indicadores, e na sequência falarei também dos produtos, podemos passar para o slide 15. Vocês veem aqui que os nossos principais indicadores vieram bem dentro das nossas expectativas. A carteira de crédito de varejo continua crescendo, atingiu R\$9,9 bilhões, um crescimento de 21% em relação a 12 meses atrás. Nosso lucro líquido recorrente atingiu R\$97 milhões, também uma evolução significativa frente ao 4T19.

As lojas help! atingiram 822 unidades. Claro, até o momento do COVID-19, vínhamos expandindo; é verdade, a um ritmo mais lento do que foi no ano passado, como já era parte da nossa estratégia, uma vez que o foco agora está muito mais no ganho de produtividade. Com a questão do COVID-19, óbvio, postergamos essa expansão.

Nossa margem também continua crescendo conforme esperávamos, agora em um ritmo um pouco mais lento do que ela cresceu ao longo dos últimos trimestres. O principal fator de crescimento de margem está associado à questão do custo de *funding* mais barato.

Fechamos o trimestre com um índice de Basileia de 19,9%, o que nos dá muito conforto para conseguirmos atravessar essa crise e continuarmos implementando a nossa estratégia de crescimento.

Passando para o slid. 16, damos um *zoom* na evolução da nossa margem ao longo do tempo, e vocês veem que conseguimos evoluir tanto a margem financeira líquida, quanto a margem financeira ajustada ao custo de crédito.

No nosso caso, o que chamamos de ajustado ao custo crédito inclui tanto as provisões para as perdas que fazemos, mais as despesas de comissão que classificamos contra a margem.

O crescimento foi oriundo principalmente pelo lado do *funding*. Vimos conseguindo renovar a nossa carteira de *funding* a um custo nominal mais baixo que os vencimentos que vimos tendo.

Claro que, como já é sabido pelo mercado, no próximo trimestre e nos trimestres em diante, esperamos uma redução da nossa margem, muito por conta da mudança de taxa da carteira de cartão consignado do INSS. Essa taxa, que era de 3% ao mês, agora está reduzida para 2,7% ao mês, e isso deve impactar ligeiramente a nossa margem para o futuro.

Seguindo para slide 17, depois de alguns trimestres de alta, voltamos a apresentar redução no nosso índice de eficiência operacional, e isso já é reflexo, como a Ana mencionou anteriormente, do trabalho de OBZ que vimos fazendo.

Apresentamos ganhos relevantes, tanto nas linhas de jurídico, nas linhas de tecnologia e nas linhas de despesas operacionais. E isso tende a ser uma tendência para os próximos trimestres. Principalmente agora, com a questão da crise do COVID-19, acho que são apresentadas mais algumas oportunidades, que esperamos conseguir capturar durante o restante do ano.

Seguindo para o slide 18, vamos falar um pouco mais do nosso principal produto, que é o cartão de crédito consignado. Essa é uma carteira que continua crescendo, atingiu mais de R\$8,1 bilhões.

Os principais destaques que eu gostaria de mencionar são o constante crescimento das operações de compra. Nossa receita de *interchange* vem crescendo ano contra ano; claro que tem a sazonalidade dos trimestres, mas, ano contra ano, ela vem apresentando crescimento.

Vimos tendo um aumento contínuo da penetração do seguro prestamista na carteira, a penetração chegou a 42%, versus 27% do ano passado. E claro que, com uma penetração maior de seguros, vimos mantendo em um patamar bem adequado o nosso índice de inadimplência. Vocês veem que a diferença da linha reta para a linha pontilhada é justamente o efeito do seguro nessa carteira.

Como eu mencionei anteriormente, houve a redução da taxa do INSS. A carteira de INSS representa pouco mais de 70% do total da carteira de cartão. Então, estamos falando em algo em torno de R\$6 bilhões.

Seguindo para a tela 19, vamos falar um pouco mais sobre a nossa volta ao empréstimo consignado. O primeiro ponto com relação a isso é que, com toda essa questão da pandemia, a securitizadora se mostrou ainda mais eficiente, uma vez que ela não aloca capital e ela não desafia o custo de funding, então conseguimos continuar crescendo e originando com muita tranquilidade.

Tivemos no empréstimo consignado o efeito da autorregulação, que afetou a nossa original ação no 1T20. Principalmente nos dois primeiros meses, janeiro e fevereiro, nossa originação sofreu bastante por conta da autorregulação, que inviabilizou fazermos a portabilidade abaixo de 12 meses. Desde março, isso já vem retomando a patamares mais normais.

Além disso, outro destaque que vale ser dado é que, diferentemente da carteira de cartão, em que mudança de taxa afeta todo o meu estoque de crédito, na carteira de empréstimo consignado isso não acontece. A mudança de taxa se dá apenas para novas operações e para renovações. Então, o impacto da redução da taxa é bem menor, porque ele basicamente afeta novas operações, e você consegue compensar isso no nível de comissionamento para manter o *spread* desejado.

Seguindo para o slide 20, vamos falar um pouco mais sobre o Crédito na Conta, que é aquela nossa linha de crédito emergencial. Essa nossa carteira continua apresentando um crescimento forte, chegou a R\$855 milhões ao final deste trimestre.





Em termos de originação, essa foi a carteira mais afetada pela crise, uma vez que boa parte da sua geração se dava nas nossas lojas de franqueados no mundo físico, e grande parte dessas lojas acabou sendo fechada durante a crise.

Vimos trabalhando em modelos de originação agora remotos. Então, conseguimos retomar a originação, ainda não em patamares pré-crise. Mas, de fato, sofreu, e vem agora retomando.

Do ponto de vista de risco, a inadimplência desse produto continua bem estável. É um patamar que ele navega sempre em um nível alto, mas é um produto que sabemos que é de mais alto risco, e por isso trabalhamos também com taxas adequadas, levando em conta esse risco.

O importante é que essa inadimplência continua estável, e por dois fatores: o primeiro deles é o diferencial que temos de ser pagador de benefício. Hoje, 56% da nossa carteira já recebe o benefício do Banco. Esse número era de 38% há um ano. Da nossa originação mensal desse produto, 61% já estão sendo originados dentro do BMG neste trimestre, versus 51% há um ano. Então, isso tem evoluído em um ritmo bem legal.

Além de termos uma grande parte recebendo o benefício conosco, vale sempre lembrar que, como essa carteira é basicamente de aposentados e alguns servidores públicos, esse foi, basicamente, o único pessoal que não perdeu renda. Diante dessa crise toda, foi quem manteve a renda. Então, estamos conseguindo navegar bem essa crise com relação a essa carteira.

Seguindo para a página 21, apresentamos um pouco dos nossos números da operação de seguros, que é nossa principal fonte de receita não crédito. Vocês veem que os prêmios emitidos chegaram a R\$62 milhões, evoluíram em 5% em relação ao trimestre anterior.

Quando somamos todas as linhas de receita dessa operação, chegamos a R\$24 milhões de receita no 1T20, sendo que R\$9 milhões foi a receita de serviços já líquida da comissão que pagamos para os nossos parceiros. Isso vem via equivalência patrimonial para o Banco, não está na linha de serviços.

Teve R\$3 milhões pagos pela Generali a título de *profit share* para o Banco neste trimestre, e houve ainda os R\$12 milhões de redução de despesa de provisão do cartão de crédito consignado.

Seguindo para o slide 22, apresentamos a evolução da nossa estrutura de *funding*. Como o Marco mencionou, trabalhamos em uma gestão de ativos e passivos bem casada. Então, o nosso *funding*, em geral, tem um prazo bem estendido, com um *duration* maior, inclusive, que o dos nossos ativos.

Vimos conseguindo não só crescer essa carteira de captação, mas também renovar as linhas que vêm vencendo a custos nominais mais baixos. Sabemos que, ao longo dos últimos dois meses, o mercado de renda fixa no Brasil passou por um estresse bem relevante, os *credit spreads* subiram. Mas o importante é que vimos conseguindo renovar, apesar de todo esse movimento, a custos nominais mais baixos do que tínhamos antes.

Também observamos um movimento forte de volta da demanda de investidores por investimentos via plataforma. Os investidores, que tinham em determinado momento passado a buscar alternativas de renda variável, estão sofrendo com este momento e voltando a buscar produtos de renda fixa. Então, vimos conseguindo endereçar bem a nossa necessidade de *funding*.

Por conta do nível de incerteza quanto à extensão da pandemia e os possíveis impactos no ambiente de negócios, a Administração optou por suspender o *guidance* para o ano de 2020.

Independentemente disso, eu gostaria de encerrar essa apresentação ressaltando as entregas que tivemos no 1T20, que foram bastante em linha com os nossos planos, e principalmente a rápida adaptação a essa nova realidade, a esse novo mundo pós COVID-19.

Com isso, agradeço a participação e atenção de todos, e junto com a Ana, o Marco e o Danilo, abro agora a sessão de perguntas.

**Max Bohm, Empiricus (via webcast):**

Por que o BMG não mostrou a cautela vista nos grandes bancos com o aumento das provisões? Não esperam piora na qualidade do crédito?

**Marco Antunes:**

Bom dia. Obrigado pela pergunta. Falando um pouco sobre essa questão de provisões, gostaria de destacar separadamente a nossa carteira de varejo e a de atacado. A nossa carteira de varejo é concentrada em crédito consignado, onde observamos, até na informação que disponibilizamos, que temos um risco bastante concentrado em uma carteira de INSS e servidores federais, onde, na prática, é risco soberano, e os pagamentos e a fluência dos nossos recebimentos têm se mantido em níveis adequados até então.

Então, nessa parte, por enquanto não enxergamos deterioração, ou vemos necessidade de provisão neste momento.

Quando olhamos a carteira de pessoa jurídica, também, nossa carteira é bastante diversificada e tem características bastante especiais. Quando vemos a carteira de empresas, muito centrada em operações com garantias reais, até demos essa informação, 85% com garantia real e operações de curto prazo.

Então, neste momento, estamos monitorando fortemente isso, e conforme o desenvolvimento deste 2T20, vamos nos adequar, se necessário, a um nível de provisão diferente do que fechamos o 1T20.

Acho que isso esclarece a sua pergunta. Obrigado.

**Max Bohm:**

É possível imaginar que a despesa com provisões das ações massificadas possa cair mais, para algo em torno de R\$70 milhões por trimestre?

**Flávio Neto:**

Obrigado pela pergunta, Max. As ações que vimos tomando com relação ao problema das ações cíveis, é claro que já vimos tomando essas ações há cerca de seis meses, desde que esse volume aumentou de forma significativa.

Mas o ponto que acho importante aqui é que os efeitos dessas ações tendem a ser mais de longo prazo. É verdade que apresentamos uma queda neste trimestre, mas achamos que os efeitos mais relevantes tendem a acontecer mais a longo prazo.



De fato, estamos trabalhando, é um objetivo do Banco abaixar essa linha, mas, no curto prazo, não conseguimos afirmar que isso chegará a R\$70 milhões. Mantemos, então, nossa perspectiva de trabalhar em um patamar próximo a R\$90 milhões.

**Vinicius Soares, Banco do Brasil:**

Bom dia. Obrigado pela pergunta. Parabéns pelo resultado. Eu tenho duas dúvidas, na verdade. A primeira, eu estava fazendo uma comparação rápida sobre o crescimento da penetração do seguro no crédito consignado, que subiu de 27% para 42%, e estava olhando a evolução dos prêmios emitidos.

Acredito que esse deve ser um dos principais produtos do Banco no portfólio da Generali. Mas quando olhamos o crescimento na penetração da carteira de crédito, ele é muito maior, de 27% para 42%, do que foi o crescimento dos prêmios emitidos. Eu estou vendo uma diferença aí, eu achei que os prêmios emitidos no seguro deveriam ter crescido um pouco mais.

Minha outra dúvida, queria que falassem um pouco mais sobre a inadimplência no cartão de crédito consignado. Eu vi que, no ano passado, subiu na casa de 3% para 3,3%, sendo que foi um ano em que vimos o comportamento da inadimplência bem positivo para os bancos em geral. Queria que comentassem um pouco, se possível. Agradeço.

**Danilo Herculano:**

Obrigado pela pergunta, Vinicius. De fato, a penetração vem aumentando. Essa estratégia de vender seguro para o seu cliente, o BMG começou em 2016. Então, a relação dos prêmios ali não está diretamente correlata à maior penetração.

Isso vem acontecendo, e você fez uma feliz comparação com o ano anterior, em que realmente foi um destaque o aumento disso, e temos conseguido manter a inadimplência não só baixa, como bem previsível, também devido a essa questão do seguro dentro da carteira.

Mas a relação dos prêmios, quase todo ele é seguro prestamista. Quase todo aquele prêmio que enxergamos do seguro massificado é prestamista, e essa é uma estratégia que começou há quase quatro anos. O aumento do prêmio agora não seria esse vetor direto de crescimento.

Para a segunda pergunta, passo a palavra para o Flávio.

**Flávio Neto:**

Obrigado pela pergunta, Vinicius. O som ficou ruim, mas, pelo que entendi, a pergunta é a respeito da inadimplência do cartão consignado. É isso?

**Ana Karina Dias:**

Estava cortando muito, Vinicius. Se puder repetir a segunda pergunta.

**Vinicius Soares:**

É isso mesmo. Eu estava reparando aqui que, por exemplo, o contábil sai de 3% para 3,3%, e o simulação sem seguro sai de 3,2% para 3,7%. Mas o ano de 2019 foi um ano em que as inadimplências se comportaram até de forma positiva, em geral. Os bancos conseguiram até apresentar uma queda na inadimplência. Por que esse comportamento? É uma alta até

considerável. Se formos pegar simulação sem seguro, estamos falando de 50 bps. Queria que falassem um pouco mais sobre esse comportamento da inadimplência.

**Flávio Neto:**

Produto de consignado, tanto empréstimo quanto cartão, é claro que sabemos que são produtos que, historicamente, ao longo dos últimos 10, 15 anos, entrou crise, saiu crise, e a inadimplência tende a andar muito de lado, sem oscilações bruscas. É claro que, se olharmos o histórico mais recente, não é que tem oscilações bruscas, mas tem uma leve alta.

O que são os fatores causadores dessa inadimplência. Tem dois motivos, basicamente, que causam perda no consignado. Lembrando que, como trabalhamos INSS e setor público, esse pessoal não perde renda.

Os dois motivos, basicamente um deles é mortalidade. Principalmente no INSS, esse é um motivo de perda relevante. E o outro é por questões operacionais. Por questões operacionais, pode ser que o cliente fique fora de folha, pode ser que entre algum desconto que ganhou prioridade em relação aos descontos de cartão e de empréstimo.

O fato de a carreira estar segurada, com um seguro prestamista, ela nos protege em relação ao risco de mortalidade. E o que mais tem afetado, quando você olha o que seria esse índice sem o seguro, isso está tendo uma leve alta, e tem um fator básico que causou essa leve alta: é, basicamente, o convênio do SIAPE, que é o governo federal. É uma questão operacional com a processadora.

Houve no início do ano alguns descontos que entraram como prioridade em relação aos descontos de cartão e empréstimo. Com isso, alguns clientes caíram fora de folha. Quando olhamos para a carteira como um todo, isso é um movimento leve.

E com relação ao que perdemos do ponto de vista de mortalidade, como a penetração do seguro está aumentando, temos perdido cada vez menos por esse lado. Acho que podemos olhar dessas duas formas.

**Vinícius Soares:**

Entendi. Perfeito. Obrigado.

**Eduardo Nishio, Banco Brasil Plural:**

Bom dia. Obrigado pela oportunidade. Minha pergunta é em relação ao crédito na conta, um crescimento muito forte, 73% ano a ano. Queria saber como vocês veem esse produto, como vocês têm agido para continuar nesse ritmo forte de crescimento, dada a pandemia, e o que vocês esperam nesse período. Já vemos um *slowdown* nesse número.

E minha segunda pergunta é em relação ao impacto do cartão. Se pudessem compartilhar conosco a expectativa da queda de receita que vocês estão vendo por trimestre, ajudaria bastante na nossa estimativa. Obrigado.

**Flávio Neto:**

Nishio, obrigado pela pergunta. Vamos começar falando da originação de crédito na conta. Como falei durante o *call*, a originação de crédito na conta vinha em um ritmo bem forte pré-crise. E como essa originação era muito baseada nas nossas lojas, talvez fosse o produto

com maior originação física que temos, presencial, é claro que, com a crise, ele foi o que mais sofreu. Ele vinha em um ritmo bem forte, e o foi o que mais sofreu.

Nas duas primeiras semanas, sofremos bastante. A originação caiu em um patamar bem diferente do que vinha.

O que fizemos a partir daí? Começamos a trabalhar modelos de originação remotos, que até então ainda estavam muito tímidos para esse produto. Colocamos isso na rua, estamos 'rolloutando'. O produto vem recuperando níveis de produção. Ainda não está nos níveis pré-crise, mas a nossa expectativa, com o mundo voltando a um *status* mais normal, saindo dessa crise em que ele está hoje, é conseguir voltar a originar esse produto em um nível acima do que vínhamos originando, muito por conta desses novos modelos de originação, que acreditamos que, no fim, acabam sendo mais eficientes.

Então, a produtividade, se você pensar na loja, que antigamente ficava limitada ao número de horas/homem dentro da loja, e o cliente tinha que estar presente fisicamente, você consegue aumentar muito essa capacidade produtiva de uma mesma loja. Em um mundo pós-COVID-19, temos boas expectativas com relação à retomada de originação desse produto.

E a demanda existe. Ela continua presente, agora mais do que nunca. O grande desafio é conseguir chegar ao cliente, hoje, de forma eficiente. Principalmente porque o nosso cliente, grande parte deles, é de um cliente aposentado, que está no grupo de risco. Então, acho que isso merece nossa atenção.

Com relação à sua segunda pergunta, a expectativa de impacto da queda da taxa do cartão, isso foi uma medida tomada há um mês e meio, dois meses, vocês acompanham bem, pelo INSS. Houve uma redução de taxa de carteira. Ela ainda não se reflete nos números do 1T20, porque essa redução se dá a partir de abril.

Dá para fazer a conta de cabeça, mais ou menos. Temos uma carteira de cartão consignado INSS de cerca de R\$6 bilhões. Desses R\$6 bilhões, tínhamos uma taxa de 3% ao mês, e isso está caindo para 2,7% ao mês. Com isso, vocês conseguem chegar ao número do impacto mensal na receita. Claro que esse impacto não é *bottom line*, você precisa tirar a alíquota de imposto de renda e contribuição social, mas, com isso, você chega à expectativa de impacto no *bottom line* com relação à queda de taxa.

**Eduardo Nishio:**

Muito obrigado.

**José Guilherme Melo, Itaú BBA (via webcast):**

Parabéns pelos resultados. Com relação ao adiantamento de recebíveis para clubes, como o Banco tem atuado para mitigar o risco de crescimento na inadimplência historicamente baixa dessa carteira, considerando a queda nas receitas desses clientes?

**Marco Antunes:**

Com relação a esse ponto envolvendo clubes de futebol, o primeiro ponto é: a carteira é muito pequena em relação ao nosso total, não chega a 3% do nosso portfólio. E aqui, como vocês sabem, essa receita que envolve esses recebíveis, nós temos garantia de direitos televisivos.

Neste momento, fechamos o trimestre, o que temos observado é que nossos recebimentos estão em dia. A questão envolve agora, daqui para frente, como se comporta essa questão da pandemia, a volta ao 'novo normal'. E aí, voltando os campeonatos, em especial o Campeonato Brasileiro, que estava previsto para começar nessa primeira quinzena de maio, o que não será mais possível, aí sim podemos ver os impactos disso, mas será em um futuro um pouco mais à frente.

Portanto, estamos com bastante tranquilidade sobre esse aspecto, dada a garantia que temos nessas operações.

**Paulo (via webcast):**

Boa tarde. Com o possível número expressivo de mortes decorrentes da pandemia, sobretudo de idosos, vocês veem uma possibilidade de aumento relevante na inadimplência?

**Flávio Neto:**

Obrigado pela pergunta, Paulo. Todo dia, temos acompanhado diversos cenários. Algum nível de aumento, é claro que esperamos. Esses aumentos, mais de 40% deles são mitigados pela questão dos seguros. A nossa seguradora parceira, a Generali, cobrirá os sinistros, mesmo que sejam relativos ao COVID-19.

Temos acompanhado, por exemplo, a questão da taxa de mortalidade, para ver como isso nos impacta. Até então, os impactos não têm sido em proporção relevante, mas é algo que estamos acompanhando no dia a dia, conforme a crise vai evoluindo.

**Operadora:**

Senhoras e senhores, demais perguntas da webcast serão respondidas pela companhia por e-mail.

Com licença. Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra à Ana Karina para as considerações finais. Por favor, pode prosseguir.

**Ana Karina Dias:**

Gostaríamos de agradecer a participação de todos. Estamos sempre abertos para continuar o diálogo através da nossa equipe de RI, Flávio e Danilo.

E reforçar que foi um trimestre importante para o BMG, onde acompanhamos e trouxemos o que havíamos projetado para este trimestre, e estamos trabalhando fortemente para uma rápida adaptação a esse novo cenário que estamos vivendo mundialmente.

Obrigada a todos.

**Operadora:**

A teleconferência do Banco BMG está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham um bom dia.