



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO BANCO ABC BRASIL

4º TRIMESTRE E ANO DE 2021

14 de fevereiro de 2022

Operador: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência de resultados do quarto trimestre e ano de 2021 do Banco ABC Brasil. Estão presentes hoje conosco os senhores Sergio Lulia Jacob, CEO, Sergio Borejo, Diretor Vice-Presidente e CFO e Ricardo Moura, Diretor de Relações com Investidores.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação do Banco ABC Brasil. 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 queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando * zero.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet, via webcast, podendo ser acessado no endereço ri.abcbrazil.com.br, 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. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar, via website, perguntas para o Banco ABC Brasil que serão respondidas após o término da conferência, pela área de RI.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios do Banco ABC Brasil, projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis para Banco ABC Brasil. Considerações futuras não são garantia 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 ABC Brasil, e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais condições futuras.

Gostaria agora de passar a palavra ao senhor Sergio, que iniciará a apresentação. Por favor, Sergio, pode prosseguir.

Sr. Sergio Lulia: Bom dia a todos e obrigado por participarem de nossa teleconferência de resultados do quarto trimestre e ano de 2021. No Slide 2 apresentamos os destaques de 2021.



Dando continuidade à nossa estratégia, encerramos 2021 novamente com uma forte expansão da base de clientes com 852 clientes totais e 375 clientes com exposição de crédito – equivalente a uma expansão de 32% nos últimos 12 meses. Dessa forma, encerramos o ano de 2021 com 3.490 clientes totais e 2.322 clientes com exposição de crédito. Além de contribuir para o crescimento das receitas, esta tendência reduz o ticket médio de exposição de crédito por cliente, melhorando a diversificação da carteira.

Tivemos um crescimento de 23% na Margem com Clientes, atingindo um Spread com Clientes acima de 4% no segundo semestre de 2021. Este movimento foi resultado de dois principais fatores: mudança no mix de produtos, com incremento da oferta de transações estruturadas para nossos clientes; e a continuidade da expansão do segmento Middle, que atingiu 7,9% da Carteira de Crédito Expandida.

Por fim, tivemos uma queda de 43% na Despesa de Provisão Ampliada e as Operações com Atraso Acima de 90 Dias como percentual da Carteira de Crédito encerraram o ano em 1,1%, em linha com a média histórica.

No Slide 3, continuamos com os destaques do período. O Banco de Investimentos apresentou uma receita recorde de 107,4 milhões de Reais, equivalente a um crescimento de 101,3% em relação a 2020, tivemos como destaque a área de DCM que precificou 47 transações com um volume total emitido de aproximadamente 6,2 bilhões de Reais no ano. As Novas Iniciativas passaram a contribuir com a diversificação e geração de receitas, no caso do ABC Link, Consignado e Credit to Enterprise; ou já se encontram em processo de ampliação do portfólio das linhas oferecidas aos seus clientes, como a Corretora de Seguros.

Como destaques financeiros, o Lucro Líquido atingiu 572,2 milhões de Reais em 2021, representando um crescimento de 77,7% em relação a 2020. Já o Retorno Anualizado sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) foi de 12,8% no período – um crescimento de 500 pontos base em relação a 2020. Olhando para o quarto trimestre de 2021, o Lucro Líquido atingiu 162 milhões de Reais, um crescimento de 52,8% em relação ao mesmo período de 2020, equivalente a um Retorno Anualizado sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) no trimestre de 14,1% - o sexto trimestre consecutivo de expansão.

No Slide 4 apresentamos a evolução da carteira de crédito expandida. A Carteira de Crédito Expandida apresentou um crescimento de 1,2% no trimestre e de 9,7% em 12 meses. O segmento Middle segue como um dos nossos principais motores de crescimento com um incremento de aproximadamente 320 milhões de reais no 4T21, um crescimento de 12% em relação ao terceiro trimestre de 2021, e de 40% em 12 meses. Dando continuidade ao aumento de sua participação relativa, o segmento Middle atualmente representa 7,9% da Carteira de Crédito Expandida – um crescimento de 170 pontos base em 12 meses



O segmento Corporate apresentou crescimento de 3,8% no comparativo trimestral e de 10,5% no comparativo anual, continuando a ser nosso segmento de clientes mais representativo. Já no segmento C&IB, a Carteira de Crédito Expandida teve uma queda de 4,1% no trimestre – e um crescimento de 3,9% em 12 meses – resultado do balanceamento entre expansão de carteira e manutenção de margens – resultando em melhor alocação de capital.

No Slide 5, a evolução da base e da exposição média por de clientes. Fechamos o trimestre novamente com um aumento significativo de Clientes com Exposição de Crédito, chegando a marca de mais de 2.300 – equivalente a uma expansão de 71% nos últimos 18 meses. Destaque novamente para o segmento Middle, que chegou a 1.174 Clientes com Exposição de Crédito, em conjunto respondendo a mais de 7,9% da Carteira de Crédito Expandida. Neste segmento, a nova iniciativa do ABC Link continua contribuindo gradativamente no processo de aquisição de clientes.

Ao mesmo tempo, a exposição média por cliente vem caindo gradativamente, trimestre após trimestre, atingindo 14,8 milhões de Reais no 4º trimestre de 2021. Desta forma, temos crescido nossa Carteira de Crédito Expandida, ao mesmo tempo que reduzimos a exposição média por cliente – contribuindo para a pulverização do risco de crédito.

No Slide 6, mostramos a segmentação setorial de nossa Carteira de Crédito Expandida. A Carteira de Crédito Expandida do Banco segue com alta diversificação setorial, apresentando um portfólio de crédito bem diversificado e defensivo na nossa visão. Os setores com maiores aumentos relativos de participação foram: Agricultura & Pecuária (+0,8 p.p.) e Comercialização & Distribuição de Energia (+0,8 p.p.), enquanto os setores com maiores reduções relativas foram: Seguradoras & Adquirentes (-1,7 p.p.) e Geração de Energia (-1,5 p.p.).

No Slide 7, apresentamos alguns indicadores que refletem a qualidade da nossa carteira de crédito. No primeiro gráfico, as operações com atraso acima de 90 dias. encerraram dezembro representando 1,1% da carteira, com queda em relação trimestre anterior. Essa melhora no atraso está relacionada à continuidade do atual cenário benigno do ciclo de crédito, que se iniciou no 1T21 e que tem mantido o indicador mais próximo de sua média histórica de aproximadamente 1%.

No segundo gráfico, o Índice de Cobertura, que considera a relação do Saldo de PDD pelas Operações com Atraso Acima de 90 dias, atingiu 277%, 18 pontos percentuais acima do nível observado no trimestre anterior e apresentando, em nossa análise, um nível adequado ao atual cenário de crédito e próximo aos níveis pré-pandemia.

No Slide 8, mostramos a evolução da Despesa de Provisão Ampliada e os seus principais componentes. A Despesa de Provisão para Devedores Duvidosos (PDD) atingiu 42,2 milhões de Reais no trimestre – um aumento de 18,1% em relação ao trimestre anterior, e de 16,5% em relação ao mesmo período de 2020. O custo de crédito representou 0,7%



da carteira de empréstimos 2.682 – estável em relação ao trimestre anterior. A Despesa de Provisão para Desvalorização de Títulos Privados (PDT) totalizou 7,1 milhões de Reais no trimestre, um aumento de 47,2% em relação ao trimestre anterior e redução de 85,4% em relação ao mesmo período de 2020. Já a Despesa de Provisão Ampliada, fechou o trimestre com 44,1 milhões de Reais, equivalente a 0,5% da carteira expandida – estável em comparação ao trimestre anterior e redução de 0,6 ponto percentual em relação ao apresentado no mesmo trimestre de 2020 – dando continuidade a uma fase mais comportada no ciclo de crédito, que se iniciou no primeiro trimestre de 2021.

No Slide 9, apresentamos a evolução de nossa captação. Ao final de dezembro, o saldo da captação totalizava 38,5 bilhões de reais, queda de 1,9% no trimestre e crescimento de 7,8% em 12 meses. Um dos fatores de sucesso do Banco ABC Brasil é o acesso a funding competitivo, tanto em moeda local quando internacional, com bom volume e a prazos interessantes. Essa condição é suportada por notas de rating equivalentes ao rating brasileiro pelas principais agências de risco do mercado, ou, no caso de uma delas, um grau acima do soberano. Acreditamos que a qualidade de nossa captação se torna ainda mais relevante em um ambiente de rápido aumento na taxa básica de juros, por isso continuamos a ver nossa capacidade de acesso à funding de qualidade como um de nossos principais diferenciais.

No Slide 10, podemos observar a evolução do Patrimônio Líquido e do Índice de Basiléia. Encerramos dezembro de 2021 com Patrimônio de Referência de 5,6 bilhões de reais, e Patrimônio Líquido de 4,7 bilhões de reais. No trimestre, o Índice de Basiléia Total atingiu 15,1% e o de Capital Principal encerrou dezembro em 12,3%, um aumento no comparativo trimestral de 50 e 40 pontos base, respectivamente. Esse aumento se deu principalmente pela apropriação do resultado do 4T21 e pela redução dos ativos ponderados pelo risco, mesmo considerando um aumento da carteira de crédito - resultado de uma melhor alocação de capital.

No Slide 11, apresentamos a evolução da margem financeira. A Margem Financeira Gerencial atingiu 422,1 milhões de reais no quarto trimestre de 2021, apresentando crescimento de 10,8% em relação ao trimestre anterior, e de 40,7% em relação ao mesmo período de 2020.

A Margem Financeira com Clientes atingiu 263,8 milhões de reais no quarto trimestre de 2021, estável em relação ao trimestre anterior, e crescimento de 22,5% em relação ao mesmo período de 2020. A Margem com Clientes será detalhada no próximo slide. A Margem com Mercado totalizou 89,3 milhões de reais no 4T21, crescimento de 27,3% em relação ao trimestre anterior e de 30% no comparativo de 12 meses, resultado do aumento do balanço do banco e de operações oportunísticas de juros e câmbio.

O CDI médio anualizado do quarto trimestre de 2021 foi de 7,4% ao ano, o que resultou em uma receita da remuneração do Patrimônio Líquido a CDI de 69 milhões de reais,



crescimento de 47% em relação ao trimestre anterior e de 333% em relação ao mesmo período de 2020, em linha com o aumento da taxa básica de juros. Importante notar que a cada 100 bps de incremento na taxa básica, são esperados um aumento de aproximadamente de 35 a 40 pontos base de ROE – dada a natureza “asset sensitive” de nosso balanço. Como resultado, a taxa anualizada da margem financeira gerencial (NIM) foi de 4,1% no quarto trimestre de 2021 – atingindo o maior nível desde 2017.

No Slide 12, damos ênfase na Evolução da Margem e Spread com Clientes. Como já foi mencionado no slide anterior, a Margem Financeira com Clientes atingiu 263,8 milhões de reais no 4T21 – fechando o ano de 2021 com um crescimento de 23%. Historicamente esta é a principal linha da Margem Financeira, contribuindo com 62% do total.

O Spread com Clientes no trimestre foi de 4,0%, o segundo trimestre consecutivo acima de 4%, resultado tanto da mudança no mix de produtos, incrementando a oferta de transações estruturadas para nossos clientes, quanto da expansão do segmento Middle – que contribui com maiores spreads - que atingiu 7,9% da Carteira de Crédito Expandida. Já o Spread com Clientes ajustado pela Provisão, fechou o trimestre em 3,3%, queda de 0,3 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e crescimento de 1,1 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2020, reflexo de menores Despesas de Provisão e em linha com os níveis pré-pandemia.

No Slide 13, falaremos das Receitas de Serviços. As Receitas de Serviços atingiram 88,9 milhões de reais no 4T21, queda de 8,3% em relação ao trimestre anterior e crescimento de 3,6% em relação ao mesmo período de 2020, representando 18,9% da Receita Total.

As receitas de Banco de Investimento atingiram 26,6 milhões de reais no quarto trimestre de 2021, encerrando 2021 com receita recorde de 107,4 milhões de reais, impulsionado pela área de Debt Capital Markets que precificou 47 transações em 2021, com um volume total emitido de aproximadamente 6,2 bilhões de reais no ano.

Já as receitas de Garantias Prestadas atingiram 46,9 milhões de reais no quarto trimestre de 2021, crescimento de 2,1% em relação ao trimestre anterior e praticamente estável em relação ao mesmo período de 2020.

Finalmente, as receitas de Tarifas e Corretagem de Seguros atingiram 15,4 milhões de reais no quarto trimestre de 2021, crescimento de 28,1% em relação ao trimestre anterior, e de 50,9% em relação ao mesmo período de 2020, impulsionados pelo aumento no número de clientes e transações; e pelo início da operação da ABC Corretora de Seguros, que completou seu primeiro trimestre integral de operação no 4T de 2021, e continua seu processo de ganho de escalabilidade.

No Slide 14, apresentamos a variação das despesas e do nosso índice de eficiência. As Despesas de Pessoal, Outras Despesas Administrativas e PLR atingiram 166,0 milhões de Reais no quarto trimestre de 2021, crescimento de 11,5% em relação ao trimestre



anterior e de 28,8% em relação ao mesmo período de 2020. Esta tendência foi influenciada por um aumento de 26% do número de colaboradores nos últimos 12 meses – de modo a suportar a continuidade da expansão do segmento Middle, bem como o desenvolvimento de nossas iniciativas estruturantes.

O Índice de Eficiência atingiu 35,2% no quarto trimestre de 2021, um aumento de 1,9 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e de 0,3 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2020.

Já no Slide 15, podemos observar a Evolução do Resultado do anual. O Lucro Líquido Recorrente de 2021 atingiu 572,2 milhões de Reais, um incremento de 250,1 milhões em relação a 2020. Esta tendência pode ser explicada principalmente pelo aumento da Margem com Clientes, pela redução da Despesa de Crédito e pelo aumento do Patrimônio Líquido Remunerado a CDI e sendo parcialmente compensado pelo aumento do Imposto de Renda e Contribuição Social, resultado principalmente da maior rentabilidade do período, mas também influenciado pela majoração da alíquota estatutária, que vigorou até o fim de 2021; e pelo crescimento das Despesas, resultado do investimento em novas iniciativas, como já mencionado no slide anterior.

O Retorno Anualizado Sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) recorrente foi de 12,8% no ano, aumento de 5 pontos percentuais em relação a 2020.

No Slide 16, falaremos da rentabilidade. Quando analisados ao longo dos últimos trimestres, o Lucro Líquido Recorrente e o Retorno Anualizado sobre Patrimônio Líquido do quarto trimestre de 2021 continuam a mostrar uma tendência consistente de crescimento. O Lucro Recorrente superou pela primeira vez a marca de 160 milhões de Reais em um trimestre, enquanto que o Retorno sobre Patrimônio ultrapassou a marca de 14%, o sexto trimestre de crescimento consecutivo. Falaremos na próxima página sobre o início de execução de nosso segundo ciclo de investimentos.

Em 2019 iniciamos um ciclo de investimentos visando diversificar a atuação do ABC Brasil e iniciar seu processo de transformação digital. Ao longo de 18 meses findos em dezembro de 2021, crescemos nossas despesas em 21% e nossa base de colaboradores em 30%. O resultado deste investimento foi a criação do segmento Middle, que hoje atende aproximadamente 1.700 clientes e conta com uma carteira ao redor de 3 bilhões de Reais. Em paralelo, reforçamos a área de Banco de Investimento e iniciamos o desenvolvimento de novas linhas de negócio.

No mesmo período, o ABC Brasil cresceu sua base de Clientes Totais em 74%, expandiu sua Margem com Clientes em 41%, e sua Margem Financeira em 38%. Neste momento continuamos a identificar diversas oportunidades atrativas de crescimento, tanto em mercados onde já atuamos, quanto em áreas adjacentes, que apresentam sinergias naturais, seja com clientes, serviços ou canais.



Desta forma, iniciamos no 4º trimestre de 2021 um novo ciclo de investimentos que visa, como o primeiro, ampliar nosso portfólio de produtos e serviços, diversificar e acelerar nossas fontes de receita, diluir custos fixos e expandir o ROAE estrutural do ABC Brasil.

Este segundo ciclo inclui a expansão de nosso time de colaboradores – com foco principal em áreas comerciais e de transformação digital – visando melhorar a experiência dos clientes, ganhar escalabilidade e reduzir custos por transação. Acreditamos que alguns dos efeitos deste novo ciclo já sejam visíveis em 2022, mas que seu potencial de geração de receita seja atingido mais fortemente nos próximos 18 a 24 meses.

Este segundo ciclo de investimento vem sendo suportado pela geração de resultado próprio do ABC Brasil, da mesma forma como realizado no ciclo anterior. Desta forma, acreditamos estar construindo um modelo de negócio resiliente, diversificado, e que combina resultados líquidos crescentes com expansão de ROAE.

Por fim, no Slide 18, nosso guidance para 2022. Com relação à Carteira de Crédito Expandida, nosso guidance para 2022 é de um crescimento anual entre 12 e 16%, novamente impulsionado pela expansão do Segmento Middle, com uma expectativa de crescimento anual de carteira entre 40% e 50%.

Em relação ao guidance de crescimento anual de Despesas - considerando Despesas de Pessoal, Outras Despesas Administrativas e PLR – nossa projeção para 2022 é de um crescimento entre 30 e 40%, sendo influenciados por 1/3 pelo aumento da inflação no período; 1/3 por investimentos em expansão comercial; e 1/3 referentes a investimentos em tecnologia, dados e inovação.

A expectativa é que este aumento de Despesas seja acompanhado de um crescimento proporcional de Receitas, de modo que o Índice de Eficiência permaneça entre 36% e 39%. Finalmente, continuamos confiantes em nosso modelo de negócios, na evolução das novas iniciativas que vem sendo implementadas desde 2019, já contribuindo com os crescentes resultados do ano de 2021.

Esses são os destaques que gostaríamos de apresentar. Agora ficamos à disposição para responder às perguntas dos participantes desta teleconferência, obrigado.

Sessão de Q&A

Operador: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digitem *1. Para retirar a pergunta da lista, digitem *2.

A nossa primeira pergunta vem de Ricardo Buchpiegel, do Banco BTG Pactual.



Sr. Ricardo Buchpiegel: Bom dia e obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Primeiro, poderiam comentar, por favor, qual é expectativa esse ano em termos de "asset quality"? A gente vê que as empresas, principalmente em Corporate, estão super bem capitalizadas. E queria entender se faz sentido a gente ver a inadimplência convergindo para os níveis próximos de 1%, mais normalizada que você comentou no call, e também, mas a gente viu nos últimos trimestres o "cost of risk" em patamares historicamente bem baixos. Queria entender também se faz sentido de ter uma retomada para níveis mais próximos do pré pandêmico nesse sentido de "cost of risk".

E também olhando o guidance, a gente nota uma aceleração, como vocês comentaram no call, de investimentos em novas iniciativas impactando a opex e um pouco a rentabilidade esse ano. Faz sentido a gente esperar também esses níveis de investimentos vindo para 2023 e potencialmente tendo um incremento maior de ROE um pouco mais para a frente? Obrigado.

Sr. Sergio Lulia: Oi, Ricardo. Obrigado pelas suas perguntas. Bom, com relação ao custo do risco, como os números demonstram, ao longo de 2021, acho que não só para o ABC Brasil como para o mercado financeiro como um todo, houve uma queda de inadimplência em relação a 2020, que foi o ano da pandemia.

No nosso caso, especificamente, a gente percebe uma queda e uma, como você disse, uma qualidade dos balanços que estão sendo demonstrados pelas empresas, muito satisfatória em todos os segmentos, tanto no segmento do C&IB, que são as grandes empresas, quanto no Corporate, que é o nosso segmento mais tradicional, quanto no Middle que nós entramos mais recentemente. A gente percebe até agora, no geral, empresas bem capitalizadas, empresas rentáveis.

Uma coisa importante, eu acho, é que se você pegar nos últimos 4, 5 anos, as empresas dos diversos tamanhos tiveram acesso a funding de prazos muito mais longos do que o que se encontrava anteriormente, tanto por linhas de mercado de capitais, quanto por linhas bancárias de fato - os bancos estenderam o prazo. E hoje a gente vê que as empresas, tanto as médias quanto maiores, apresentam um perfil de dívida muito mais adequado. Isso não quer dizer que não possam sofrer esse ano se, de fato, houver uma redução do crescimento - o aumento da taxa Selic é uma realidade - pode ter alguma consequência, mas eu vou te dizer que, visto de hoje, a gente começa o ano com uma carteira muito saudável, muito bem provisionada, e não temos, pelo menos no curto prazo, nenhum sinal de deterioração dessa carteira.

Quanto à segunda pergunta, os investimentos, e até a gente procurou de uma maneira mais didática explicar esses investimentos como ciclos, mas esses ciclos são contínuos. Eu acho que hoje não dá para se esperar que as empresas deixem de investir, porque esse investimento é constante e acontecerá ao longo de todos os próximos anos. Agora, a intensidade do investimento em relação ao tamanho da organização, isso a tendência



é que seja decrescente ao longo do tempo porque tem ganhos de escala. Então, esses ganhos de escala já começam a acontecer, de certa maneira, esse ano. Como a gente disse: este ano, mesmo com um guidance de despesas forte como o que a gente colocou, a gente espera que as receitas cresçam na mesma proporção. Receitas essas que são decorrentes de investimentos feitos nos anos anteriores, está certo? Os investimentos deste ano, normalmente, não começam a produzir resultados no mesmo período em que eles são realizados. E, à medida que isso passa, esse ganho de escala vai aparecer. Então, pelo menos no nosso trabalho aqui, a gente trabalha com incremento de ROE de magnitudes ainda a se ver, mas tanto ao longo deste ano quanto no ano que vem.

Sr. Ricardo Buchpiegel: Super claro, obrigado.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Flávio Yoshida, do Bank of America.

Sr. Flávio Yoshida: Bom dia a todos, pessoal. Parabéns pelo resultado. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu queria entender um pouco do lado de vocês quão confortável vocês estão com esse guidance de crescimento Middle, que é um guidance bastante otimista. Otimista, no sentido assim, um crescimento de 40 a 50% é bastante. E ao mesmo tempo, a gente vê um cenário macro aí na margem piorando, e a gente sabe que o segmento Middle é um pouco mais arriscado. Então, eu queria entender um pouco mais como é que esse crescimento está acontecendo, se vocês estão realmente tranquilos com isso.

E aí a outra pergunta é com relação ao índice de cobertura, que voltou a crescer no quarto trimestre, e eu queria entender que a gente pode esperar ao longo do ano de 2022 - se deve voltar a cair ou se vocês estão considerando que ficam estável nesse patamar de quase... de 80%.

Sr. Sergio Lulia: Bom dia, Flávio. Obrigado pelas suas perguntas. Com relação ao Middle, a gente se sente muito confiante com esse guidance. Basicamente o Middle, o crescimento vem da aquisição de novos clientes e não do aumento de risco por cliente. E isso é uma, vamos dizer assim, é uma característica muito importante deste ciclo de expansão. Enquanto o banco, num primeiro momento, há alguns anos atrás, enquanto a gente estava no segmento de empresas maiores e a gente era um banco um pouco relevante e muitas dessas empresas, eram empresas de tamanho muito grande, fazia sentido a gente uma aumentar o nosso share of wallet. Então, dado a nossa participação naqueles clientes, a gente via oportunidade de aumentar a relevância do ABC Brasil na vida financeira dos clientes. E isso foi muito bem feito.

A partir do momento que você entra no segmento Middle, a dinâmica é outra. A dinâmica é você aumentar o número de clientes. Se você pegar esse ano, um dos grandes drivers da expansão das despesas, é a contratação de força comercial para expansão do Middle em localidades onde ainda nós não estamos. Então, a gente começou mais forte em São Paulo, fomos expandindo para o sul, fomos expandindo para o sudeste, estamos hoje



em 30 e poucas cidades. Vamos expandir mais forte para o centro-oeste. Estamos expandindo para cidades de médio porte no interior da região sudeste, e mesmo da região sul. Então, é uma expansão que nos dá confiança, porque você tem de um lado a infraestrutura suporta, tanto do ponto de vista de onboarding, de análise de crédito, de negociação das transações, de formalização, de monitoramento, cobrança - obviamente, os investimentos continuam sendo feitos para aumentar ainda mais essa escalabilidade, mas a estrutura existente já comporta essa expansão. E, do outro lado, a contratação de forças comerciais, principalmente em localidades onde nós não estamos, permitindo, portanto, a gente adquirir uma participação de mercado onde hoje essa participação é zero. Então, mesmo com o cenário econômico um pouco mais adverso, a gente está muito confiante que dá para crescer.

Quanto ao índice de cobertura, visto de hoje, não há razão para mudar muito. Veja que o índice de cobertura, no final, ele é uma conta de como, você sabe, é a PDD dividida por atraso. O que acontece muitas vezes é que quando se antevê alguma deterioração, especialmente em clientes maiores, da situação de crédito, o banco se antecipa e faz as provisões antecipadamente. De maneira que o índice de cobertura aumenta e, no momento que a inadimplência vem, o banco já está provisionado e aí o índice de cobertura cai. Esse é um movimento histórico que acontece, aconteceu, por exemplo, em 2020. Visto de agora, não vemos casos relevantes problemáticos na carteira. Estamos muito confortáveis. Balanço bem provisionado. Os clientes em boa situação. Então, não vejo nenhuma razão para uma alteração relevante deste índice nos próximos meses.

Sr. Flávio Yoshida: Está ótimo, obrigado.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Gustavo Schrodén, do Bradesco BBI.

Sr. Gustavo Schrodén: Bom dia. Vocês me escutam?

Sr. Sergio Lulia: Sim, estamos escutando, Gustavo.

Sr. Gustavo Schrodén: Bom dia, Sérgio. Bom dia, Borejo. Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade. Parabéns pelos resultados. Eu queria fazer uma pergunta sobre essas iniciativas novas, mais especificamente da linha de seguros, ali na linha de receita com prestação de serviços, e também nesse consignado empresarial que vocês também estão desenvolvendo. Sérgio, se você conseguir passar para a gente um pouco mais de cor, assim, de expectativas que vocês têm em relação a essas duas linhas. Acho que são... o ABC sempre teve características bem claras, assim, marcantes, especialmente em breakdown de receita. Acho que aqui a gente tem duas receitas nova e eu acho que podem ser relevantes. Então, se você puder elaborar para a gente aqui. E o que você espera ou quando vocês espera e o que que você espera em termos de contribuição desses dois novos produtos para resultado e para ROE?



E aí, já aproveitando em cima disso, o que você acha que pode ser um ROE sustentável para gente trabalhar com o ABC? Eu entendo que tem os investimentos, que já foi comentado anteriormente, e você falou que, apesar de ciclos, eles devem, pelo menos aí por algum tempo, serem mais permanentes. O banco entregou 14% de ROI agora. O que você acha que é um ROI sustentável e aí, aproveitando já e fazendo um gancho com essas duas novas iniciativas, que eu acho que aqui a gente pode ter coisas novas em termos de receita e de rentabilidade. Obrigado.

Sr. Sergio Lulia: Oi, Gustavo. Obrigado pelas suas perguntas. É, de fato, a gente sempre procura dar muita transparência das nossas iniciativas e do nosso breakdown de receitas. Dessas daqui eu não vou te dar ainda uma transparência numérica, até por questões concorrenciais, mas eu vou te dar um disclose um pouco mais qualitativo, e, sendo possível nos próximos trimestres, a gente está estudando aqui se começa alguma abertura, principalmente da corretora de seguros, de números de fato.

A corretora de seguros foi um negócio que começou, a autorização veio em julho, agosto, e começou a operar, então, no final do terceiro trimestre, o quarto trimestre foi o primeiro trimestre cheio. Está indo muito bem, nós estamos muito positivamente impressionados, tanto que estamos aumentando a família de produtos. Antes eram só os produtos de seguro garantia, seguro de vida, seguro prestamista. Estamos entrando agora mais forte em outras famílias, como, por exemplo, seguro agrícola. Se você olhar a carteira do banco hoje, no total do setor agrícola, hoje tem mais de 20, 21% da carteira do banco para o setor agrícola, considerado aí açúcar e álcool, grãos, cooperativas, insumos, etc. e tal. E tem produtos hoje que são produtos de uma qualidade muito grande, produtos específicos, com geolocalização e tudo, para esses clientes. Nós estamos desenvolvendo junto com uma seguradora específica, a produtos para esse ramo de atividade. Então, é uma atividade que tem um custo fixo próximo de zero, está certo? Porque é só uma corretora, não é uma seguradora e é um fee business. Não tenho valores ainda para te divulgar, mas nos próximos semestres a gente deve estar divulgando.

Já o consignado é uma iniciativa, que também começou no segundo semestre de 2021. E o consignado tem uma característica, como outros produtos dessa natureza, daquele funil de vendas. Então, você pega, do total de relacionamentos corporativos que o banco tem, quantos são aqueles que o banco considera que são empresas que, dado seu segmento, dado turnover, dado rating do cliente etc., são elegíveis a gente propor uma parceria para o crédito consignado. A questão do B2B2C, a qualidade de crédito da empresa também conta muito. Aí você aproxima daqueles clientes, você mostra seu produto. Uma parte aceita. Outra parte não aceita. Dos que aceitam, você pede a grade de funcionários que ela tem, salário, tempo de casa etc. e tal. É feita uma análise, tem um período para isso acontecer.



Os primeiros clientes, então, eles começaram a, de fato, os convênios a serem celebrados em novembro, dezembro. E a gente já entra janeiro e fevereiro operando, estamos operando hoje com convênios efetivos operando neste momento são 20 e poucos, não são grandes. Você tem algumas centenas de empresas que estão nesse funil e que as negociações estão acontecendo, tem período de implantação e tudo.

É um produto que deve escalar ao longo do ano, mas ele não atinge breakeven esse ano ainda. Então, esse é um dos produtos que nós estamos investindo ainda, tem investimento forte em tecnologia neste ano. Em 2020, já foi feito, em 2021, continua. Se tudo der certo dentro do nosso plano, para o final deste ano, início do ano que vem, você atinge o breakeven nele e daí, a partir de 2023, ele passa a contribuir um pouco mais para o retorno do banco.

E aí eu venho para a tua pergunta do ROE. Essa é a one-million-dollar question. A gente não tem guidance de ROE, mas eu vou te dizer o seguinte: você mesmo disse, 14% no último tri do ano passado. Para este ano, a nossa expectativa é que seja superior a isso. E, se pensando num prazo, talvez, de 2 ou 3 anos, com a maturidade desses investimentos sendo feitos, como eu disse, sempre vai ter outros investimentos, mas já com um ganho de escala acontecendo, eu acho que você pensar num ROE do ABC na faixa de 16-17%, é algo que a gente acha que dá para atingir com uma certa tranquilidade, dado os mercados, as oportunidades que nós estamos criando hoje.

Sr. Gustavo Schroden: Sérgio, muito obrigado.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Pedro Leduc, Itaú BBA.

Sr. Pedro Leduc: Olá, bom dia a todos. Obrigado pela pergunta bem. Em relação à margem financeira gerencial, principalmente a margem financeira com clientes que ficou estável ali, tri a tri, apesar do avanço da carteira Middle, imagino que as outras também vindo junto. Tem um componente Tough Comps, mas queria que vocês abordassem isso um pouquinho mais, quanto o serviço foi um detrator aqui é dessa linha, e se isso a gente pode esperar também para os próximos trimestres dessa maneira, obrigado.

Sr. Sergio Lulia: Oi, Pedro, se você olhar essa linha de Margem com Clientes, ao longo dos últimos, talvez, eu não tenho de cabeça o número exato, mas 8, 9 trimestres, consecutivamente ela vem tendo um aumento muito forte. E a tendência, no nosso entendimento, é de continuidade desse movimento, principalmente como você mesmo mencionou, pela expansão e pela maior representatividade do segmento Middle. No quarto trimestre, ela ficou estável em relação ao terceiro tri, mas no terceiro tri tinha sido muito forte, principalmente pelo mix de produtos. Às vezes você tem operações mais específicas, principalmente no segmento de Large Corporate, Corporate, que traz uma rentabilidade maior em algum trimestre específico e no outro trimestre elas não acontecem com a mesma intensidade. Isso é normal. Agora, a gente não vê isso como uma interrupção. Pelo contrário, a projeção nossa é que, ao longo de 2021, essa margem



financeira com clientes continue aumentando, não só no segmento Middle, no segmento Corporate, Large Corporate também, mas sendo o Middle o seu principal motor de propulsão.

Sr. Pedro Leduc: Legal. É que essa linha de mix de produtos é mais difícil da gente enxergar e 21 foi muito volátil. Deve ter tido esse consumo enorme desses produtos. Se puder nos ajudar a ter uma ideia aqui de quanto representou, de maneira que a gente tenha conforto em modelar a margem financeira com clientes crescendo 1x, 1,5, 2x acima da carteira para 22, faz sentido para vocês?

Sr. Sergio Lulia: Pedro, esse negócio do mix de produtos é algo que evolui, tem uma certa volatilidade também. O que a gente pode fazer depois e ter um call e o time te ajuda a modelar um pouco mais isso. Mas, o que a gente faz, vamos dizer, como principal conta a ser feita é, dado o guidance de crescimento do Middle Market em relação ao crescimento no segmento de Large Corporate/Corporate e a margem do Middle Market sendo mais alta, esse é o impacto principal que vai ter, não é do mix de produtos, é do crescimento da base de clientes.

Sr. Pedro Leduc: Legal, está jóia, obrigado. E ainda dentro de margem financeira total, tem um benefício claro do patrimônio líquido remunerado ao CDI, isso é dado, vamos dizer. Aí, pergunta mais estratégica: vocês usam esse benefício, esse long CDI que vocês têm, esse ganho que virá dessa posição somente no carregamento para subsidiar, talvez, alguma outra linha em busca de market share? Você olha a margem financeira gerencial de uma maneira mais holística, sabendo que tem um ganho aqui, você pode tirar um pouquinho o spread de um outro lado de maneira que ganhe share, ou realmente essas linhas são vistas de maneira totalmente independente?

Sr. Sergio Lulia: Não, de maneira alguma. Isso não existe. As linhas são totalmente independentes. O custo base, que é passado para as áreas comerciais e para as forças de vendas, para a tesouraria, para todo mundo, todo mundo que usa recursos do banco, ele tem que pagar pelo custo do funding, ele tem que pagar pelo capital que ele consome. Então, esses dois custos são calculados muito no detalhe, e são repassados transação por transação. Então, quando o Selic aumenta, obviamente, o custo do funding aumenta imediatamente porque o funding também é um funding em CDI. Embora o patrimônio remunerado da CDI represente um ganho maior, esse é um ganho institucional. Não é algo que deva ser utilizado para reduzir spreads porque spread tem que ser um spread que compense o custo do risco que o banco está incorrendo, certo? Então, o spread está ligado à probabilidade de default, ao loss given default, ao rating do cliente e não ao nível do Selic. Então, são coisas absolutamente independentes.

Sr. Pedro Leduc: Ótimo, muito obrigado, obrigado.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Carlos Gomez, HSBC.



Sr. Carlos Gomez: Bom dia, obrigado por ter uma ligação. Duas perguntas. A primeira, desculpa, a primeira é sobre o negócio tradicional de garantias. Como vai evoluir no próximo ano. É um negócio que também cresce no Middle Market, ou é mais da parte de corporativo?

Sr. Sergio Lulia: Oi, Carlos, bom dia. Garantias no Middle Market é muito pequeno. Esse é um produto que existe basicamente no Large Corporate, no Corporate. E como tanto, ele tem um crescimento que acompanha mais ou menos o crescimento dessas carteiras. Então, nós não temos um guidance específico para Garantias, mas eu acho que se você imaginar nossa carteira total, nós estamos dando um guidance de 12 a 16%. Não deve ser muito diferente disso.

Sr. Carlos Gomez: Tudo bem, e depois pode dizer qual é a sensibilidade da margem, de 30 a 40%? Então se o CDI, no ano 2022, pode ser de média quase o dobro que 2021 é um incremento muito grande da margem, não?

Sr. Sergio Lulia: Carlos, desculpe, interrompeu um pouco a sua voz. Você está falando do guidance ou crescimento do Middle Market?

Sr. Carlos Gomez: Não, desculpe, desculpe, estou falando da sensibilidade da margem com clientes, do NIM, com respeito ao patamar do CDI. Eu entendi, na explicação inicial, que tem uma sensibilidade de 30 a 40 pontos básicos, que cada 100 pontos base de Selic dá 30 a 40 pontos básicos de margem. É isso que o senhor falou?

Sr. Sergio Lulia: É, perfeito. O que eu queria dizer é o seguinte: como o patrimônio líquido do banco está muito pouco imobilizado. O patrimônio líquido do banco é, basicamente, caixa investido em títulos públicos federais. Então, à medida que a Selic aumenta, o ROE do banco também aumenta e a conta aproximada que a gente faz é que, para cada 100 pontos base de aumento da taxa Selic, o ROE do banco aumenta 30 e poucos pontos base.

Sr. Carlos Gomez: Mas é o ROE, não é a margem. É o ROE.

Sr. Sergio Lulia: Não, não é a margem. É o ROE.

Sr. Carlos Gomez: É o ROE. Está bom. Muito obrigado.

Sr. Sergio Lulia: De nada.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Yuri Fernandes, da JP Morgan.

Sr. Yuri Fernandes: Obrigado, Sérgio. Obrigado pessoal. E parabéns pelo trimestre. Eu tenho uma primeira pergunta sobre a imagem com o mercado de vocês. Eu sei que talvez seja a linha menos previsível, mas a gente sabe que ali não é só trading. Vocês têm, acho que, conforme o Balanço do banco está ficando maior essa linha, eu acho que ela



tende a ficar maior também e você tem produtos ali. Você tem derivativo, você tem a mesa de energia. Então, a minha dúvida aqui é tentar entender qual que é o novo normal dessa linha. Porque eu lembro que, lá atrás, vocês costumavam comentar, era só um soft guidance, mas é que essa linha deveria rodar entre R\$ 65 e 70 milhões por trimestre. E esse trimestre veio 89. Então, assim se vocês puderem comentar um pouquinho o que é que a gente deveria esperar, assim, meio que um soft guidance atualizado para essa linha seria interessante.

E eu tenho uma segunda pergunta sobre imposto. Esse ano, acho que a alíquota de vocês, considerando o PLR, ela rodou perto de 36, alguma coisa por ali, mas a gente está vendo uma TJLP maior. Uma TJLP de 6.1. Então, a minha dúvida é, assim, se a gente poderia esperar, até porque tem uma redução de imposto normal, já esperado, já contratado aqui agora, mais a TJLP mais alta, se a gente deveria trabalhar com uma alíquota efetiva para 22, talvez uns 200 base menor do que foi em 2021. Obrigado.

Sr. Sergio Lulia: Yuri, a margem do mercado é o que você falou, tem muitas coisas envolvidas ali, sendo que o principal, de fato, não é exposições direcionais no mercado de juros de moedas, e muito mais atividade de ALM, que é originado das atividades com o cliente, venda de derivativos para cliente, as atividades da mesa de energia, como você mesmo colocou, e outras assim. Teve um trimestre muito forte, mas a gente ainda acha que o normal é algo entre 65 e 70 milhões/tri. Isso deve ser o normal. Aí, vamos ver ao longo do tempo, se essas oportunidades que aconteceram no quarto tri se repetem, mas não parece ser o caso ainda de projetar um número tão mais forte assim.

E os impostos, você tem razão. Tanto a TJLP quanto a redução da alíquota da contribuição social devem reduzir um pouco o imposto. Eu não tinha esse número aqui, conversando com o pessoal, eles estão achando que é por volta de 34% ou algo parecido com isso, mas se você quiser, a gente pode refinar essa conta também e depois mostrar para vocês.

Sr. Yuri Fernandes: Maravilha, Sérgio, muito obrigado.

Operador: Encerramos, neste momento, a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao senhor Sérgio para as considerações finais. Por favor, Sérgio, prossiga.

Sr. Sergio Lulia: Queria agradecer a todos pela participação na nossa divulgação de resultados e lembrar que eu, Borejo e todo o time de RI continuamos aqui à disposição de vocês, caso vocês tenham mais dúvidas. Até logo.

Operador: A teleconferência do Banco ABC Brasil está encerrada. Agradecemos a participação de todos. Tenha um bom dia e obrigado por usarem a Chorus Call.