



**Banco Bmg**  
**VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS – 4T22**  
**15 DE FEVEREIRO DE 2023**

**Danilo Herculano:**

Bom dia a todos. Sejam bem-vindos à videoconferência de resultados do 4T22 do Banco Bmg. Meu nome é Danilo Herculano, sou responsável pelas áreas de Relações com Investidores, M&A e Novos Negócios. E hoje conosco temos a Ana Karina, nossa CEO, e o Flávio Neto, nosso Vice-Presidente.

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

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

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

**Ana Karina:**

Bom dia a todos. Obrigada Danilo. Bem-vindos a nossa videoconferência com os resultados do 4T22.

Eu queria começar na página 2 com os nossos destaques importantes. Tivemos importantes avanços em um número de clientes, chegando a 12,3 milhões, que representa um crescimento de 35% ano contra ano. Uma carteira de crédito de R\$ 23,9 bilhões, um crescimento de 49% ano contra ano. Uma receita de crédito de R\$ 1,7 bilhão, um crescimento de 46% e chegando a um lucro líquido de R\$ 73 milhões, um crescimento de 51%.

E alguns destaques importantes também nos nossos negócios. Fechamos um acordo de cosseguro entre a Bmg Seguradora e a Generali, fortalecendo os nossos negócios de seguro, que vem de uma parceira de longa data. Definimos a aquisição parcial da QGX, uma *fintech* especializada em *banking as a service (BaaS)*, que vem para completar o nosso ecossistema, bem importante no nosso ecossistema digital. A aquisição ainda está em aprovação.

Na nossa agenda ASG nós inauguramos com muito orgulho o Instituto Marina e Flávio Guimarães do Grupo Bmg, no qual o Banco Bmg faz parte. E a adesão a alguns

compromissos importantes da ASG, como o Empresa Limpa do Instituto Ethos e também o Selo de Diversidade Paulista, bastante importante aqui dentro da nossa estratégia ASG.

Já na página 3, voltamos reforçando, a nossa estratégia de um banco completo, um banco com o ecossistema robusto no varejo, com clientes PJ varejo, a nossa conta positiva com os clientes pessoas físicas, os nossos clientes consignáveis, varejistas e os clientes temáticos ligados ao futebol.

Também, como anunciamos na nossa última videoconferência sobre a criação da Bmg Seguridade, cada vez mais reforçada aqui, tanto com os seguros varejo quanto os seguros atacado.

E a nossa competência dedicada no atacado, reforçando a nossa eficiência na gestão de capital. A nossa entrada mais forte agora no *middle market*, e mantendo a nossa atuação de crédito, derivativos e M&A no *corporate*.

Na página 4, reforçamos toda essa visão de ecossistemas com as nossas investidas, onde nós temos a Raro Labs com 30%; a iCertus, que é um ERP; a O2OBots, nosso bot que apoia no nosso B2C; e a QGX, que falei há pouco. Todo esse ecossistema tem uma equivalência patrimonial de R\$ 1,8 milhão.

E as nossas investidas, a Araújo Fontes completa a nossa estratégia do atacado; a help!, a nossa rede de franquias, muito importante para nossa estratégia digital; a Granito, adquirente, com 45%; e a CBFácil, que faz gestão das nossas lojas próprias, somando aqui R\$ 53,3 milhões de equivalência patrimonial. Esse ecossistema de investidas vem completar a nossa estratégia de banco completo.

Na página 5 reforçamos o nosso sólido crescimento da base de clientes, um crescimento bastante sustentável e que é mantido também um crescimento de clientes com produtos de crédito. Nós temos 57% dos nossos clientes com produto de crédito, temos crescido a base de clientes e obtendo um percentual em linha, de 57%, 58% de clientes com produtos de crédito.

Já na página 6, nós falamos muito da nossa estratégia digital, e é muito bom materializar a nossa estratégia digital, onde o cliente pode entrar em contato conosco ou nós entrarmos em contato com o cliente como, quando e onde desejarem.

Desde o nosso banco digital com 8,2 milhões de contas de correntistas; as lojas help, nossa franquia com 827 lojas; a nossa parceria com varejistas já chegando em 568 lojas de varejistas; a central de atendimento do Banco; 22 agências bancárias; nossa parceria sólida com os nossos correspondentes bancários; e já temos, o que é muito interessante ressaltar, 5,5 milhões de clientes cadastrados no nosso WhatsApp para relacionamento direto.

Então, essa visão completa da nossa estratégia digital, reforça muito a proposta de valor para o cliente, podendo entrar em contato conosco sempre quando, como e da forma que for mais conveniente.

E, falando em cliente, a nossa comunicação personalizada com o cliente. Na nossa última apresentação de resultados, o Sandoval, nosso VP, veio aqui contar um pouco da nossa estratégia de martech, que nós temos uma comunicação cada vez mais personalizada através de um *big data* proprietário para capturar comportamento e interações. A utilização da CDP com uma visão única de cada cliente. Uma visão de ciclo de vida, lembrando do relacionamento digital, e *analytics*. Então a comunicação personalizada com um cliente que tem um banco digital, que tem uma série de plataformas e formas de entrar em contato com o cliente.

E isso leva, na página 8, a um fortalecimento e engajamento desse relacionamento com os clientes, onde nós chegamos a 30% de crescimento em contas digitais, 8,2 milhões. Um volume transacionado nos nossos cartões de R\$ 2,6 bilhões, um crescimento de 102%, desde o 4T21. No volume transacionado nas contas de R\$ 11,3 bilhões, um crescimento de 69%.

Então quero reforçar: resultado sólido, crescimento, transformação acontecendo, estratégia digital de um banco completo cada vez mais materializado. Eu passo agora a palavra para o Flávio Neto.

#### **Flávio Neto:**

Obrigado, Ana. Bom dia. É um prazer estar aqui falando com vocês. Começando pelo slide 10, gostaria de apresentar a evolução da nossa carteira ao longo desses últimos trimestres.

Vocês veem aí que foi mais um trimestre de crescimento bastante sólido, chegando aos 49% de crescimento ano contra ano, crescimento esse que foi nesse último trimestre principalmente puxado pelo produto de crédito pessoal, bem como o produto de cartão benefício.

Em termos de qualidade de carteira, é uma carteira que continua apresentando uma qualidade bem satisfatória. Nós passamos a trazer, a partir de agora, o indicador de over 90, nós até então costumávamos trabalhar com o indicador de inadimplência E-H, e nós passamos a trabalhar com o over 90 para ficar com uma visão mais comparável com o mercado.

E, indicador esse que vinha sendo beneficiado nos últimos trimestres por conta do crescimento forte da carteira, inicialmente de FGTS, na sequência do cartão e empréstimo consignado com o advento dos clientes do LOAS, que passaram a ter acesso ao produto e, por fim, do cartão benefício, ele agora começa a convergir para um patamar mais esperado, principalmente visto o crescimento dos produtos de crédito pessoal.

Seguindo para a página 11, nós falamos aqui sobre a nossa carteira de cartão de crédito consignado, é hoje a nossa principal carteira. Nós estamos falando de um produto que nós tivemos uma origem de quase R\$ 650 milhões no 4T22, atingindo uma carteira de R\$ 8,8 bilhões, com índice de inadimplência também bem controlado, abaixo dos 2%. Já são mais de 4,2 milhões de cartões de crédito consignados ativos hoje no nosso portfólio.

Seguindo para a página 12, nós apresentamos o nosso produto de empréstimo consignado, um produto que esse último trimestre teve uma origem um pouco mais baixa, na ordem

de R\$ 166 milhões. Nós aqui temos priorizado a questão da rentabilidade em detrimento ao crescimento a qualquer custo, uma vez que o produto tem tido margens mais achatadas por conta da alta da taxa de juros nos últimos tempos.

Em termos de carteira, eu gostaria de dar um destaque, conforme mencionado nas divulgações anteriores, nós fizemos a primeira operação de cessão sem retenção de riscos e benefícios dessa carteira e deve ser um artifício que nós provavelmente vamos usar mais vezes ao longo do ano em termos de gestão de capital.

Seguindo para a página 13, essa é uma das carteiras que apresentou o maior crescimento nesse último trimestre e provavelmente deve continuar crescendo ao longo do ano. A carteira do cartão consignado de benefício, que é um produto recente, lançado bem no final do 2T22, e realmente ganhou bastante tração no 3T22 com a entrada no INSS.

Obviamente que nós não esperamos que o nível de originação no 3T22 volte a se repetir. Ainda assim, é um produto que vai continuar tendo bastante tração ao longo do ano, uma carteira que já passa de R\$ 1,5 bilhão em um curto espaço de tempo.

Seguindo para a página 14, vamos falar sobre nossa carteira de crédito pessoal. E aqui nós temos uma composição de três produtos, que é a antecipação do FGTS, o nosso cartão de crédito aberto e o nosso crédito na conta, que é a nossa linha de crédito emergencial. Todas essas linhas vêm crescendo, vêm tendo originações satisfatórias e obviamente que mais recentemente têm ganhado bastante tração, a carteira de cartão de crédito aberto.

Esse produto, obviamente, é um produto que exige mais atenção do ponto de vista de crédito, e nós também estamos em um momento de conservadorismo, dado os desafios que o mercado apresenta. Ainda assim, é uma carteira que vem apresentando bom crescimento, se somar essas três carteiras, isso chega a um portfólio que já supera os R\$ 3,5 bilhões.

Seguindo para a página 15, vamos falar da nossa operação de seguros que se consolida no que nós chamamos de Bmg Seguridade, e que na verdade engloba três operações distintas. Uma delas, a Bmg Corretora de Seguros, a corretora responsável por todo o nosso balcão, que teve outro trimestre de originação muito forte com R\$ 207 milhões em prêmios emitidos.

Isso é um leve recuo com relação ao trimestre passado, principalmente porque no trimestre passado foi um trimestre praticamente de lançamento do cartão benefício, que teve uma apresentação muito forte. E com destaque também para o lançamento do produto de consórcio de imóveis, automóveis e motos que nós lançamos recentemente.

Além disso, nós tivemos a operação da Bmg Seguros, com emissão de R\$ 40 milhões em prêmios. Essa operação, por se tratar de uma operação de atacado, é obviamente um pouco mais volátil em termos de emissão de prêmios.

E por fim, tem o destaque também da Bmg Seguradora que atua no nosso varejo, que celebrou esse acordo de cosseguro com a Generali. E agora isso também pode nos permitir ampliar o nosso portfólio de produtos que nós podemos distribuir através do nosso canal.

Seguindo por fim, para a página 16, trago aqui uma foto da nossa carteira de atacado. Vocês veem que é uma carteira com um índice de inadimplência que tende a zero, é bastante baixo, bastante controlada essa carteira. Nós dividimos essa carteira em algumas sub carteiras, a primeira que nós chamamos de operações estruturadas, que são todas aquelas que têm as garantias de recebíveis, em torno de R\$ 1,6 bilhão.

Nós temos uma carteira de crédito mais clássica, que gira em torno de R\$ 700 milhões nesse último trimestre, e parte da carteira que está na nossa linha de TVM, por serem basicamente títulos e valores mobiliários privados, como por exemplo, debêntures que somam quase R\$ 470 milhões.

E nós fazemos bastante operação na nossa mesa de clientes, buscando *hedge* de balanços, e isso gera uma receita relevante, não crédito, na ordem de R\$ 13 milhões. E nós temos buscado cada vez mais explorar nossas sinergias, principalmente com a equipe da Araújo Fontes que tem sido bastante complementar na nossa atuação nessa frente de atacado.

Com isso, eu gostaria de passar a palavra para o Danilo pra ele dar sequência na nossa apresentação.

#### **Danilo Herculano:**

Obrigado, Flávio. Indo para o slide 18, vemos aqui como o Flávio bem comentou, o crescimento da nossa carteira trouxe um impulso da receita da carteira de crédito que faz com que a margem financeira, aqui do lado esquerdo, apresente esse aumento.

Também destacado pelo Flávio, os principais crescimentos desses portfólios foram em produtos de crédito bem seguros: os produtos de consignado, o cartão e empréstimo consignado.

Esses produtos têm uma inadimplência estável e previsível. Contudo, existe uma rolagem natural que foi vista nos slides anteriores, justamente volumes muito altos de originação, que naturalmente tem sua rolagem dentro da Resolução 2682 e apresenta um provisionamento nesse trimestre. Esse provisionamento faz com que a margem ajustada ao custo de crédito ande praticamente de lado, como observado no gráfico do canto direito.

Indo para o slide 19, temos um impacto positivo do aumento da receita, impactando de uma forma positiva o nosso índice de eficiência. Independente disso, o Banco continua com seus processos de busca por eficiência, melhoria contínua em todos seus processos, em todas as suas atividades, e um dos reflexos disso é justamente atuação na causa raiz do lado direito.

O volume, a nossa despesa referente as provisões operacionais vem andando praticamente de lado nesses últimos trimestres, mas nós trouxemos aqui um indicador novo para apresentar para o mercado, mostrando de onde que vem essa eficiência. Ao passo que a carteira vai crescendo, a quantidade de clientes vai crescendo e as receitas aumentam, a despesa de provisão operacional sobre as receitas de crédito vêm apresentando essa queda, saindo de 9,2% no 4T21, chegando em 7,5% no 4T22.

Essa é uma demonstração bem eloquente da atuação da causa raiz dos processos de provisões operacionais, mas também de toda essa visão do Banco com relação a custo, com relação a eficiência, com relação a fazer diferente e melhor as atividades que nós fazemos aqui no nosso dia a dia.

Indo para o slide 20, um destaque especial para a questão do caixa. Todo esse evento macroeconômico levou a administração a encerrar o ano com um caixa um pouco mais elevado, encerrando em R\$ 5 bilhões, priorizando a liquidez do Banco. E, um dos efeitos disso é que o Bmg passou a se estabelecer como emissor recorrente, esse trimestre o Banco fez uma emissão pública de R\$ 220 milhões de letra financeira.

Um destaque que eu queria dar para essa emissão é que ela é uma sequência de uma série de emissões que o Banco vem fazendo e essa, em especial, teve uma leve redução do prêmio de risco, destacando realmente o nosso primeiro objetivo quando nós voltamos a ser o mercado institucional, que era criar uma curva e com base nessa curva, conseguir ter uma eficiência na gestão de preço.

Dado o fruto desse relacionamento constante, principalmente pela ótima qualidade de originação e dos ativos do Banco, nós fizemos uma emissão privada de R\$ 500 milhões em uma debênture via companhia securitizadora.

Do lado direito, gostaria de destacar aqui justamente essa mandala, onde demonstra as diversas formas de captação do Banco. E é importante direcionar que o Banco vai utilizar desses instrumentos sempre objetivando reduzir o prêmio de risco. Então acessamos bastante o mercado institucional no 4T22 e agora nesse início do ano, por exemplo, voltamos muito para a captação de pessoa física, captação orgânica e através dos distribuidores.

E com isso nós encerramos com um saldo de R\$ 29,3 bilhões de captação com o mercado em dezembro de 2022.

Indo para o slide 21, um destaque aqui para o Basileia potencial do Banco de 16%, encerrou o ano com 13,5%. O que traz esse Basileia potencial de 2,5% é justamente o MtM que estamos destacando aqui todo trimestre para vocês. Esse MtM é uma marcação de alguns títulos que impactam o patrimônio de referência, mas só que, como uma referência, para até o final do ano, cerca de 47% desse *accrual*, de acordo com o cenário do fechamento do ano, deve vir para o índice de Basileia ao longo de 2023.

Outros dois destaques interessantes: o Bmg, como visto no slide anterior, é um emissor frequente, e como parte dessa emissão frequente, o Banco tem acessado o mercado institucional. No ano passado, fizemos algumas emissões de dívida subordinada, totalizando R\$ 550 milhões em letra financeira subordinada e R\$ 111 milhões em letra financeira perpétua.

Também já destacado, o Banco possui outras alavancas de captação e capital, como por exemplo, a cessão de crédito sem retenção de risco e benefício. Também o Flávio comentou dessa cessão de R\$ 41 milhões que nós fizemos no 4T22.

Mais que o volume, a nossa ideia era destravar novamente esse acesso, podendo construir acessos como esse através de dívida subordinada, cessão sem retenção de risco e benefício, como instrumentos híbridos de capital e *funding* para balancear o crescimento e a rentabilidade ao longo de 2023.

Indo para o slide 22, o Banco segue firme na estratégia de maximizar o pagamento de JCP, o que refletiu no ano de 2022 em um forte *dividend yield*. Também como novidade, no ano de 2022 já pagamos o JCP em duas vezes ao ano, uma referente aos nove primeiros meses, depois referente ao 4T22. O 4T22 tem o pagamento efetivo amanhã, no dia 16 de fevereiro, o equivalente a R\$0,13 por ação, valor este bruto.

E ainda no tema do JCP, indo para o slide 23, acho que esse é um dos temas aqui que foi muito discutido, e que nós do time de RI, recebemos muita demanda. No ano passado fizemos duas vezes e a partir de 2023, conforme Fato Relevante já divulgado, o Banco passa a fazer essa declaração e o pagamento trimestral.

As deliberações vão acontecer em março, junho, setembro e dezembro e os pagamentos ocorrendo até maio, agosto, novembro e fevereiro de 2024, respectivamente. Importante destacar que os valores e datas serão aprovados em reuniões do Conselho de Administração e divulgados ao mercado até o final de cada trimestre.

Encerro aqui a apresentação e antes de darmos continuidade ao Q&A, eu gostaria de passar a palavra para a Ana para considerações sobre o processo sucessório anunciado recentemente.

**Ana Karina:**

Obrigada, Danilo. Conforme nós anunciamos agora em janeiro, eu tomei essa decisão, muita reflexão pessoal, eu falo assim, com voz embargada, com uma reflexão muito pessoal, de iniciar minha transição no Banco Bmg, um Banco que eu tenho um orgulho tremendo da nossa transformação, do trabalho que nós temos feito juntos, com a Diretoria, com o Conselho, com os colaboradores.

Então, assim, não foi fácil, foi uma reflexão muito pensada, mas acho que nós temos que pensar todos os elementos da vida, e esse trabalho está sendo feito com muito cuidado, conduzido pelo Conselho, uma transição muito cuidadosa, da melhor maneira possível.

Então, eu não poderia deixar de falar na apresentação de resultados sobre esse tema, mas também reforçar muito meu orgulho de ter feito parte dessa liderança, de uma transformação tão bonita, de um Banco que tem uma história tão bonita.

Vamos passar para o Q&A agora.

**Silvio Pontes, Investidor (via webcast):**

Podem falar mais sobre o impacto para o Bmg da decisão do STF sobre a CSLL?

**Flávio Neto:**

Obrigado pela pergunta. Como está público nas notícias, o STF tomou uma decisão recente que impacta decisões já obtidas no passado e até transitadas em julgado, a respeito do não recolhimento da contribuição social. No nosso caso, isso nos impacta em uma empresa que não está em operação, que se trata da atual Bmg DTVM, antiga Cifra Financeira.

E qual é o impacto? Basicamente, essa empresa tinha uma decisão favorável, no qual ela não precisava recolher a contribuição social, e com a decisão agora do STF, ela tem autuações relativas aos anos de 2008, 2013 e 2014, que eram tratadas e são tratadas ainda pelos escritórios responsáveis como decisões de perda possível, e por ser perda possível nós temos todo o *disclosure* em nota explicativa. Então, se vocês olharem nas divulgações do Banco, na nota explicativa número 18, tem lá todos os detalhes a respeito.

Resumindo, é um impacto de cerca de R\$ 118,7 milhões, isso inclui o valor principal, inclui juros durante o período e inclui inclusive multa. Esse valor é bruto porque toda a parte de juros, de correção desse valor, teoricamente, deveria ser descontado, deveria considerar o valor líquido, mas nós vemos um impacto bruto máximo na ordem de R\$ 118,7 milhões.

É importante ressaltar que esse efeito é um efeito relativo ao passado, é um efeito pontual. Nós não esperamos qualquer tipo de impacto futuro, uma vez que é um veículo não operacional do Banco, não é um veículo que atualmente tem qualquer tipo de operação. Então o impacto futuro para nós é irrisório.

**Lucas Rodrigues, Gestor (via webcast):**

Como funciona o acordo de cosseguro entre Bmg Seguradora e Generali?

**Flávio Neto:**

A Generali tem sido uma parceira de longa data do Banco e recentemente nós fizemos com eles esse acordo no qual nós, em uma operação em que antigamente eu tinha todo o balcão do Banco na Generali, ou seja, todo o seguro que eu fazia através do balcão de varejo do Banco, eu *bookava* esse produto na Generali, ele agora passa a ter um acordo de cosseguro em que nós temos uma seguradora própria que carrega, passa a carregar 40% desse resultado e, em contrapartida, a Generali continua carregando os outros 60%.

E a vantagem disso é que nós ganhamos a opção de expandir além do portfólio de produtos disponível pela Generali que, no caso até então, nós estávamos restritos. Então isso dá mais amplitude aí em termos de produtos também, para o Banco poder atuar.

**Marília Souza, Investidor (via webcast):**

A que se deve o aumento da margem financeira do 4T22?



**Danilo Herculano:**

Eu posso começar essa resposta aqui, como eu apresentei essa tela. O Banco teve um crescimento muito forte, no ano nós esperávamos algo como 15%-20% de crescimento da carteira de crédito, e a carteira cresceu quase 50% no ano contra ano, principalmente devido a três grandes efeitos: o cartão de crédito consignado benefício, não era um produto esperado e foi desenvolvido em 2022; a volta da margem de 5% do empréstimo consignado; e abertura para o público LOAS, também dentro do empréstimo consignado.

São três produtos que o Bmg tem ampla expertise, tem uma base de clientes já cativa, tem uma força de distribuição muito forte para esses clientes e obviamente conseguiu ter um crescimento acima do que nós havíamos planejado no ano.

Como reflexo desse crescimento, temos a melhora da margem financeira. Com uma carteira média geradora de receita que foi sendo construída e, como parte dessa construção, aumento das receitas, temos o aumento da margem financeira que nós percebemos ali no gráfico esquerdo e oriundo da sua pergunta.

**Carlos Herrera, Condor Insider (via webcast):**

Gostaria de abordar três assuntos que parecem preocupantes pensando em 2023. A inadimplência continuou subindo em relação ao 3T22. O índice de cobertura fechou o ano 9p.p. abaixo do ano anterior. O principal item negativo fora do *guidance* do ano de 2022 foi a PDD.

**Danilo Herculano:**

Bom, eu vou dividir essa resposta aqui, Flávio, e tomo a liberdade de começar falando um pouco da inadimplência e passo para você complementar. Herrera, a inadimplência subiu, como nós tratamos aqui na conferência, o Banco aplica a regra da Resolução 2.682 para esses portfólios.

Esses portfólios de empréstimo consignado ao longo dos últimos anos, nós podemos ter uma curva aqui de 10 a 15 anos de empréstimo consignado no sistema financeiro, você observa sempre uma PDD estável e previsível, ela tem um comportamento muito estável em termos de perda. E, naturalmente, com um crescimento muito forte dessa carteira no início do 2S22, essa rolagem da carteira impacta a despesa de PDD do Banco, algo natural que já era esperado.

Obviamente, também aqui os produtos, como o Flávio bem falou, de crédito pessoal, o Banco está com bastante atenção, revisando o apetite de risco desses produtos.

**Flávio Neto:**

Complementando a fala do Danilo, sim, se você olhar para a nossa inadimplência, ela tem subido e nós temos falado sobre isso. Basicamente, o Banco que já tem uma exposição muito grande em produtos de consignado, produtos bem seguros, o que dá um certo amortecimento para esse nosso índice.

O Banco se permitiu tomar alguns riscos adicionais em carteiras que sim, são carteiras mais nervosas, são carteiras com um índice de inadimplência um pouco mais elevado. Mas o Banco precisa também de uma busca de margem, nós sabemos que os produtos de consignação, se por um lado eles têm o benefício de ter uma inadimplência bastante sob controle, por outro lado, eles estão atualmente com margem bastante achatada.

E com relação ao *guidance*, realmente a PDD ficou acima do *guidance*, assim como a carteira. Então nós determinamos isso como número absoluto, como uma carteira que fechou o ano com crescimento de quase 50% versus o ano anterior, então é natural também que você carregue uma PDD um pouco mais elevada.

**Carlos Herrera, Condor Insider(via webcast):**

Queria entender o que vocês estão vendo para esse ano como tendências no que se refere à inadimplência e PDD. São os principais itens que fizeram vocês continuarem o *guidance* para 2023?

**Flávio Neto:**

Não. Primeiro com relação a PDD, nós temos bastante visibilidade do que deve acontecer com a PDD e, naturalmente, ela deve ter uma tendência de alta para 2023. Isso passa muito por essa questão de remix do nosso portfólio. Nós temos crescido em linhas mais arriscadas e que, sem dúvidas, trarão uma PDD um pouco mais altas, bem cientes do desafio macroeconômico.

Então, nós não podemos tirar o olho do crédito nem um segundo, mas de fato nós esperamos que a PDD ainda continue subindo ao longo de 2023.

E com relação ao *guidance*, não, o motivo da suspensão do *guidance* não tem a ver com isso, mas tem muito mais a ver com uma questão no cenário macro. Nós ainda temos algumas incertezas do ponto de vista macroeconômico, algumas sinalizações ainda imprecisas de pontos de vista do governo com relação ao término ou não de determinados produtos.

Com relação, por exemplo, ao programa Desenrola e como isso vai impactar os bancos, potencialmente até com impactos positivos, mas eu acho que ainda está pouco tangível os efeitos dessas ações. Então nós esperamos ter um pouco mais de visibilidade antes de voltar a divulgar para o mercado algum *guidance*.

**Rafael Reis, BB Research (via webcast):**

Bom dia. Na descontinuidade do *guidance* foi apontado um cenário macro mais desafiador. Quais seriam esses desafios e como eles poderiam impactar as principais linhas da DRE do Banco Bmg ao longo de 2023?

**Danilo Herculano:**

Acredito que o Flávio tenha falado bastante, mas nós podemos complementar aqui com a curva Selic.

**Flávio Neto:**

Sim, para listar alguns aqui. Primeiro temos a questão da imprevisibilidade da Selic. Alguns argumentam que ela continua estável, outros prevendo alguma queda e isso é bem sensível. Esse movimento é bem sensível no resultado, principalmente com relação à expectativa de juros futuros.

Têm os dois pontos que eu comentei com relação a produtos, FGTS, consignado. Nós sabemos que o consignado está no momento histórico de taxa mais achatada e ainda existe uma indecisão por parte do governo se vai ou não mexer nessa taxa.

O próprio FGTS que o governo tem em alguns momentos colocado em xeque. Então são uma série de indecisões que, uma vez que nós tenhamos mais clareza a respeito disso, nós podemos ter mais convicção para soltar um *guidance* para o mercado.

**José Airton, investidor pessoa física (via webcast):**

Bom dia. O produto antecipação FGTS, que tem uma inadimplência muito baixa, já que o saldo antecipado já está disponível na conta do FGTS do cliente, está ofuscando a verdadeira taxa de inadimplência dos produtos de crédito na conta e cartão de crédito aberto. Por que o Bmg escolheu colocar o produto antecipação de FGTS na carteira de crédito pessoal?

**Flávio Neto:**

Nós basicamente seguimos a classificação do BACEN, então se você olhar quando o Banco Central divulga as carteiras de mercado, divulga as taxas, ele enquadra o FGTS como um crédito pessoal, da mesma forma que estão enquadrados outros produtos que nós classificamos lá dentro.

Então nós achamos por bem seguir, mas obviamente o FGTS é um produto que tem uma inadimplência bastante abaixo dos demais produtos contidos nessa carteira. E sim, se você olhar aquela taxa, você vai ver de fato uma taxa de inadimplência média, nos outros produtos ela é acima disso, e no FGTS, especificamente, é uma taxa que navega muito abaixo desse patamar.

**Jardel, investidor pessoa física (via webcast):**

Alguma exposição a Lojas Americanas?

**Danilo Herculano:**

Nós não podemos abrir nome de nenhum cliente, nem de devedor, nem de aplicador do Banco, mas tratando sobre o tema, não temos exposição a crédito direto oriundo de nenhum varejista, nem Americanas e nem outros que estão sendo discutidos na mídia recentemente.

**Naldon Gomes, investidor pessoa física (via webcast):**

Visando maior valorização dos papéis do BMGB4, existe algum estudo para recompra de ações pela Empresa? Muito obrigado.

**Danilo Herculano:**

Obrigado Naldon pela pergunta. Temos vários estudos, temos várias alavancas aqui de melhorar a liquidez, mas atualmente o Banco não tem nenhum programa de recompra de ações aberto.

Soltamos há algumas semanas um comunicado, o nosso trabalho, aqui é em aumentar a liquidez e não atuar recomprando, reduzindo essa liquidez desse papel. Todos os esforços do Banco do Banco, da Administração, estão direcionados a aumentar a liquidez do papel.

**Eduardo Nishio, Genial Investimentos (via webcast):**

Bom dia. O crescimento do crédito foi muito forte consumindo o capital do Banco, o *Tier 1* está em 11,3%. Ao mesmo tempo, o Banco pagou R\$ 213 milhões em dividendos, 94% de *payout*, muito alto considerando a rentabilidade do Banco. Como vocês pensam nessa equação de capital versus dividendo olhando para frente? Se puder falar um pouco sobre as perspectivas de pagamento de dividendos para 2023 e crescimento de crédito para 2023.

**Flávio Neto:**

O Nishio colocou alguns pontos com relação a capital e distribuição de dividendos, e realmente nós temos sido um banco que tem pagado dividendos altos com uma consistência. Nós mantemos a nossa estratégia de maximização dos juros sobre capital próprio, e isso é uma coisa que nós não esperamos alterar em um futuro próximo, isso é uma coisa que vai ser mantida.

Com relação à capital, nós falamos ao longo da apresentação de algumas alavancas como por exemplo: nós fizemos já cessões de carteira sem retenção de risco de crédito consignado, e esse é um instrumento que nós podemos usar mais buscando desalavancagem do balanço, caso necessário.

Nós já mostramos que conseguimos acesso ao mercado de capitais para emissão de instrumentos de dívida híbrido que tem valor de capital, como por exemplo, as dívidas subordinadas que nós emitimos e tem mais espaço para emitir, caso seja necessário.

E tem ainda a marcação a mercado dos títulos que nós carregamos no nosso balanço, que hoje nos consomem 2,5 pontos de Basileia e que ao longo do ano, boa parte desse valor retorna como capital.

Então nós temos três boas alavancas de capital na mão. Esse não é um assunto que nos preocupa a curto de prazo ou médio prazo.

**Eduardo Nishio (via webcast):**

O cartão mar aberto chegou a R\$ 1 bilhão, três vezes o tamanho de um ano atrás. Como está comportando a inadimplência deste produto? Vocês estão diminuindo a originação?

**Flávio Neto:**

Sem dúvidas o cartão mar aberto é um produto que vem crescendo e nós viemos priorizando muito a questão da concessão de crédito com propósito. Nós temos desacelerado bastante a concessão do banco digital, por outro lado, tem ganhado mais relevância, cada vez mais, a nossa parceria com os clubes, em que nós vemos que os clientes têm um melhor perfil de crédito e nossas parcerias também com varejistas.

Dito isso, essa carteira, ela é uma carteira que continua crescendo, porém, obviamente, já ao longo do último ano, nós temos buscado ser mais cautelosos nas concessões. Então, sim, é uma carteira que cresce apesar dessa cautela maior que o mercado tem nos exigido.

A situação macroeconômica, eu acho que é visível quando nós olhamos balanços de outros bancos. No nosso caso, por se tratar de um percentual menor, ela às vezes fica menos aparente, mas de fato é um momento de contenção no crédito.

**Danilo Herculano:**

Flávio, se me permite complementar essa resposta. Nós temos também diversos canais de aquisição desses cartões, como por exemplo, os clubes que têm um maior engajamento, então têm um maior ARPU e nós vemos uma curva de inadimplência um pouco mais acomodada.

E também do varejista, que não é um crédito a mar aberto, é um crédito que mais de 90% da ativação do cartão, dessa primeira compra do cartão, acontece na loja. E por conta dessa identificação desse cliente, juntamente com esse *branding*, é o que nós falamos até no nosso *Investor Day* sobre essa questão do *beyond bank*, você tem comportamentos estatísticos de inadimplência melhor do que aquele cartão concedido no mar aberto, aquele cartão concedido direto.

Então, qualificando ainda mais a fala do Flávio, o Banco tem essa estratégia de multicanalidade, essa estratégia de aquisição do cliente em diversos momentos, o que permite um melhor comportamento, o que permite melhores estatísticas do cliente internamente, tanto em termos de rentabilidade quanto em termos de inadimplência.

**Igor Macedo, Eurico (via webcast):**

Pela apresentação, a estratégia do Banco é de crescimento. Qual a estratégia ou método do Banco em relação à rentabilidade?

**Flávio Neto:**

Obviamente que se você olha para o Banco, especialmente no último ano em que nós crescemos a carteira de crédito quase 50%, mas eu não chamaria de uma estratégia de crescimento. É óbvio que crescimento machuca um pouco, dói um pouco para crescer e sacrifica um pouco de resultado de curto prazo, mirando mais o médio e longo prazo.

Mas, obviamente, nós não estamos confortáveis com o ROE atual, como eu falei, nós não estamos dando *guidance*, mas o que dá para afirmar é que nós buscamos sim um crescimento de ROE. Não é um *play* de crescimento, não é um *play* de *pure growth*, como nós vemos algumas empresas no mercado, nós de fato buscamos a rentabilidade e buscamos um aumento do nosso ROE atual.

**Danilo Herculano:**

A palavra que nós falamos muito internamente é o *value growth*, vamos crescer gerando valor, crescer com muito valor.

Senhores e senhoras, não temos mais perguntas pelo momento, e assim gostaria de encerrar a sessão de perguntas e respostas.

Agradecemos a participação de todos em mais uma conferência de resultados do Banco Bmg. O time de RI está à inteira disposição. Tenham um ótimo dia. Obrigado.