



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO BANCO ABC BRASIL

2º TRIMESTRE DE 2021

09 de agosto de 2021

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência de resultados do segundo trimestre 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.abcbrasil.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 Lulia, que iniciará a apresentação. Por favor, Sergio, pode prosseguir.

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



A Margem Financeira totalizou R\$345,7 milhões no trimestre, um crescimento de 9,4% em relação ao trimestre anterior e de 22,7% em relação ao mesmo período de 2020. Destaque para a Margem Financeira com Clientes, que totalizou R\$242,3 milhões no trimestre – o oitavo trimestre consecutivo de crescimento – impulsionada por um maior volume na estruturação de derivativos e câmbio, e pelo crescimento de clientes do segmento Middle na Carteira de Crédito Expandida.

A Despesa de Provisão Ampliada do trimestre foi de R\$51,8 milhões, aumento de 5,0% em relação ao trimestre anterior e queda de 45,3% em relação ao mesmo período de 2020, consolidando a transição para uma fase do ciclo de crédito com menores despesas de provisão.

O Lucro Líquido atingiu R\$136,3 milhões no segundo trimestre de 2021, crescimento de 11,4% em relação ao trimestre anterior e de 121,3% em relação ao mesmo período de 2020.

O Retorno Anualizado sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) foi de 12,3% no trimestre, um aumento de aproximadamente 100 pontos base em relação ao trimestre anterior, e de 630 pontos base em relação ao mesmo período do ano passado – o quarto trimestre de crescimento consecutivo.

No slide 3, apresentamos os destaques do período. Dando continuidade à estratégia de crescimento da base de clientes: Pela primeira vez ultrapassamos a marca de 3.000 clientes totais e 2.000 clientes com exposição de crédito. Concluímos o 2T21 com a adição de 234 clientes totais e 94 clientes com exposição a crédito no trimestre, equivalente a um crescimento de 60% da base nos últimos 18 meses.

Em continuidade à estratégia de diversificação do portfolio de produtos, o Banco ABC Brasil iniciou as operações de seu braço cativo de corretagem de seguros, a ABC Brasil Corretora de Seguros. Focando inicialmente em: Seguro Garantia; Seguro Prestamista e Capital Global. O plano de negócios da ABC Brasil Corretora de Seguros inclui a expansão gradual para outras linhas de seguros ao longo dos próximos meses, incluindo seguro agrícola e outras linhas de ramos elementares.

No Slide 4 apresentamos mais destaques do período. Continuamos a expansão do ABC Link, iniciativa baseada na distribuição de serviços financeiros utilizando a figura do correspondente bancário. Tivemos como foco a expansão geográfica com 18 escritórios parceiros operando ou em processo de onboarding; e temos um pipeline de mais de 50 escritórios que demonstraram interesse na parceria. O portfolio inicial de produtos inclui crédito e cash management, com planos de adicionar em breve demais produtos que o Banco ABC disponibiliza.



Já em relação ao Crédito Consignado: De maio a julho de 2021, iniciamos a oferta do produto a nossos colaboradores. Nesta etapa os processos e sistemas desenvolvidos foram testados com sucesso. A partir de agosto iniciamos a prospecção em um universo de 700 clientes – principalmente do Corporate. Já temos os primeiros convênios assinados e mais de uma centena deles em fase de negociação. A expectativa é ganhar velocidade ao longo dos próximos trimestres, com uma presença crescente do serviço em nossos clientes corporativos, tornando-os aptos a ofertar o crédito consignado aos seus colaboradores.

Por fim, no Slide 5: Falaremos da Comercializadora de Energia, que possui pouco mais de 1 ano de existência, inicialmente voltada a operações de antecipação de contratos e negociação de energia. Apresentou uma expansão de 2,9x no número de contrapartes e de 3,4x na quantidade de operações, comparando o segundo trimestre de 2021 com o trimestre anterior. Encontra-se em processo de expansão de seu portfólio de produtos, passando a incluir a negociação de contratos de longo prazo (PPA) e transações de flow.

E em relação à Parceria em Mercado de Capitais com o Banco Inter: Participação em conjunto de 3 emissões de debêntures, que somam R\$2,6 bilhões – destas R\$1,5 bilhão em debêntures de infraestrutura, voltada para o público pessoa física, um dos pilares da parceria. Temos no pipeline a execução conjunta de outras 5 operações, somando até R\$1,0 bilhão, incluindo um Fundo de Infraestrutura e dois CRIs, com distribuição também focada em pessoa física. As duas equipes se reúnem uma vez por semana para discussão do pipeline, analisando em conjunto de 5 a 10 novas oportunidades de negócio por semana. Adicionalmente, a coordenação e distribuição de fundos é uma nova e promissora linha de negócio para a área de DCM do ABC. Além do Fundo de Infraestrutura, a parceria está discutindo também outros tipos de fundos, como os FIIs e FiAgro.

Já no slide 6, podemos observar a Evolução do Resultado do 2T21 no comparativo anual. O Lucro Líquido Recorrente do segundo trimestre atingiu R\$136,3 milhões, um crescimento de 121,3% em relação aos 61,6 milhões de Reais apresentados no segundo trimestre de 2020, explicado principalmente pela redução da Despesa de Provisão e pelo aumento da Margem com Clientes e com o Mercado. Parcialmente compensada pelo aumento do Imposto de Renda e Contribuição Social e pelo crescimento das despesas, em linha com a estratégia de construção das novas iniciativas da instituição.

No slide 7, apresentamos a evolução da carteira de crédito expandida. A Carteira de Crédito Expandida apresentou uma redução de 0,8% no trimestre e um crescimento de 9,8% em 12 meses. O segmento Middle apresentou um crescimento de 8,6% versus o primeiro trimestre de 2021 e um crescimento de 172,9% em 12 meses. Embora a representatividade do segmento Middle tenha atingido 6,9% da Carteira de Crédito



Expandida no 2T21, sua contribuição na Margem com Clientes chegou a mais de 15% – devido os maiores spreads. Acreditamos que, conforme o segmento Middle continue sua expansão no mix da carteira total, este efeito seja amplificado. O segmento Corporate apresentou crescimento de 0,6% no comparativo trimestral e de 7,8% no comparativo anual. Já no segmento C&IB, Carteira de Crédito Expandida teve uma redução de 4,1% no trimestre e um crescimento de 1,7% em 12 meses – em linha com a estratégia no segmento do aumento da oferta de serviços e de operações estruturadas.

Finalmente, reiteramos a manutenção do Guidance para o ano de 2021, conforme previamente anunciado na teleconferência de resultados do quarto trimestre e ano de 2020.

No slide 8, alguns destaques de cada segmento. Fechamos novamente o trimestre com um aumento de clientes totais em todos os segmentos de atuação. O segmento Middle, teve uma adição de 185 clientes totais no trimestre e 729 nos últimos 12 meses – um crescimento de mais de 2 vezes nesse período, atingindo 1.367 clientes. Ao mesmo tempo, a exposição média por cliente se manteve praticamente estável em 2,7 milhões de reais. A carteira Middle terminou o trimestre com prazo médio de 423 dias. Já o segmento Corporate encerrou o 2T21 com 1.325 clientes. Destes, 1.006 possuíam exposição de crédito, o que resultou em uma exposição média de 16,8 milhões de reais por cliente. A carteira Corporate terminou o trimestre com prazo médio de 416 dias. Por fim, o segmento C&IB terminou o segundo trimestre de 2021 com 330 clientes, dos quais 164 com exposição de crédito, resultando em uma exposição média de 74,7 milhões de reais por cliente. A carteira C&IB terminou o trimestre com um prazo médio de 414 dias.

No slide 9, mostramos a segmentação setorial de nossa Carteira de Crédito Expandida. A Carteira de Crédito Expandida continua a mostrar alta diversificação setorial, exposta aos segmentos mais dinâmicos da economia brasileira, como: agronegócio (incluindo cadeia de grãos, agricultura & pecuária), infraestrutura, geração e transmissão de energia, incorporação imobiliária, entre outros. Os setores com maiores aumentos relativos de participação foram: Bancos (+1,1 p.p.) e Seguradoras, Adquirentes e Outros (+0,6 p.p.), enquanto os setores com maiores reduções relativas foram: Açúcar & Alcool (-0,9 p.p.) e Outros (Comércio) (-0,8 p.p.).

No slide 10, apresentamos alguns indicadores que refletem a qualidade da nossa carteira de crédito. No primeiro gráfico, as operações com atraso acima de 90 dias. Como podemos observar, esse indicador encerrou junho representando 1,2% da carteira, um aumento de 0,9 ponto percentual em relação ao nível apresentado no trimestre anterior, mais próximo da média histórica ao longo do ciclo de crédito, ao redor de 1%. No segundo gráfico, o Índice de Cobertura. A diminuição na constituição de provisões combinada com o aumento do saldo em atraso, ocasionou na redução no



Índice de Cobertura da carteira de crédito, que atingiu 264 por cento – em linha com níveis pré-pandemia.

Vemos o momento do ciclo de crédito como benigno, com uma melhora generalizada do ambiente de negócios. O aumento dos índices de atraso ocorridos no trimestre haviam sido previamente provisionados – o que reduz a pressão por uma maior despesa de provisão neste trimestre e nos futuros – mantidas as atuais condições de mercado.

No slide 11, mostramos a evolução da Despesa de Provisão Ampliada e os seus principais componentes. A Despesa de Provisão para Devedores Duvidosos (PDD) atingiu 46,5 milhões de Reais no trimestre – um aumento de 35,1% em relação ao trimestre anterior, e uma queda de 50,1% em relação ao mesmo período de 2020. O custo de crédito representou 0,9% da carteira de empréstimos 2.682 – aumento de 0,3 ponto percentual em relação ao trimestre anterior. A Despesa de Provisão para Desvalorização de Títulos Privados (PDT) atingiu 3,7 milhões de Reais no trimestre. uma queda de 82% em relação ao trimestre anterior, e de 29,2% em relação ao mesmo período de 2020.

As Recuperações de Crédito atingiram 14,5 milhões no trimestre, volume relevante se comparado aos trimestres anteriores – resultado de esforços na recuperação de valores baixados a perda em situações pontuais. A Despesa para Bens não de Uso (BNDU) apresentou um maior volume este trimestre, mas que acreditamos retorne à média histórica nos próximos trimestres. Despesa de Provisão Ampliada, que inclui os itens mencionados, fechou o trimestre com 51,8 milhões de Reais, equivalente a 0,6% da carteira expandida – estável comparado ao trimestre anterior e 0,6 ponto percentual abaixo do apresentado no mesmo trimestre de 2020.

No slide 12, apresentamos a evolução de nossa captação. Ao final de junho, o saldo da captação totalizava 35,6 bilhões de reais, redução de 5,7% no trimestre e crescimento de 2,3% em 12 meses. O mercado continua com opções abundantes de liquidez, tanto em moeda local quando internacional, com bom volume e a prazos interessantes. Continuamos a ver nossa capacidade de acesso à funding de qualidade como um dos diferenciais do nosso negócio.

No slide 13, podemos observar a evolução do Patrimônio Líquido e do Índice de Basiléia. Encerramos junho de 2021 com Patrimônio de Referência de 5,5 bilhões de reais, e Patrimônio Líquido de 4,5 bilhões de reais. No trimestre tivemos o Índice de Basiléia Total e de Capital Principal praticamente estáveis em função do aumento dos ativos ponderados pelo risco e da distribuição do juros sobre o capital próprio, compensados pela apropriação do resultado do período e pela homologação do aumento de capital de 62,5 milhões obtido no trimestre.



No slide 14, apresentamos a evolução da margem financeira. A Margem Financeira Gerencial atingiu 345,7 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, apresentando crescimento de 9,4% em relação ao trimestre anterior, e de 22,7% em relação ao mesmo período de 2020.

A Margem Financeira com Clientes atingiu 242,3 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, aumento de 11,8% em relação ao trimestre anterior, e um crescimento de 18,9% em relação ao mesmo período de 2020. A Margem com Clientes será melhor explicada no próximo slide.

A receita da remuneração do Patrimônio Líquido a CDI foi de 28,5 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, crescimento de 65,2% em relação ao trimestre anterior e de 22,6% em relação ao mesmo período de 2020, em linha com os movimentos da taxa básica de juros – dada a natureza “asset sensitive” de nosso balanço.

Como resultado, a taxa anualizada da margem financeira gerencial (NIM) foi de 3,5% no segundo trimestre de 2021, crescimento de 0,3 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e de 0,5 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2020 – retornando a níveis vistos em 2019.

No slide 15, podemos observar a Evolução da Margem e Spread com Clientes. A Margem Financeira com Clientes atingiu um novo recorde no trimestre, com 242,3 milhões de reais, o 8º trimestre consecutivo de crescimento - sendo 11,8% em relação ao trimestre anterior e de 18,9% em relação ao mesmo período de 2020. O crescimento do trimestre foi suportado principalmente pela melhora do mix de produtos, com o aumento receitas advindas de cross-selling - como derivativos e câmbio – pelo aumento da representatividade do Segmento Middle na carteira expandida, com maiores spreads; e pelo maior número de dias vs. o trimestre anterior. Atualmente a Margem Com Clientes se mantém como a principal linha da margem financeira, contribuindo com aproximadamente 70% do total.

A evolução do Spread com Clientes no trimestre foi de 3,9%, apresentando crescimento de 0,4 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e crescimento de 0,2 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2020. Já o Spread com Clientes ajustado pela Provisão, fechou o trimestre em 3,4%, crescimento de 0,8 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e de 1,3 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2020, reflexo de menores Despesas de Provisão.

No Slide 16, falaremos das Receitas de Serviços. As Receitas de Serviços atingiram 72,6 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, aumento de 1,4% em relação ao trimestre anterior, e crescimento de 24,7% em relação ao mesmo período de 2020. Olhando cada um dos componentes das Receitas de Serviços, temos:



As receitas de Garantias Prestadas atingiram 42,1 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, redução de 1,1% em relação ao trimestre anterior e crescimento de 2,4% em relação ao mesmo período de 2020.

As receitas de Banco de Investimento atingiram 20,8 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, redução de 0,9% em relação ao trimestre anterior. Em relação ao mesmo período de 2020 – trimestre em que essa linha foi especialmente afetada pelo efeito da pandemia do COVID-19 – as receitas de Banco de Investimento apresentaram um crescimento de 129,1%.

Finalmente, as receitas de Tarifas atingiram 9,8 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, crescimento de 20,4% em relação ao trimestre anterior, e de 21,2% em relação ao mesmo período de 2020, em linha com o aumento no número de clientes e transações.

No Slide 17, apresentamos a variação das despesas e do nosso índice de eficiência. As Despesas de Pessoal, Outras Despesas Administrativas e PLR atingiram R\$142,8 milhões no segundo trimestre de 2021, crescimento de 7,5% em relação ao trimestre anterior e de 23,7% em relação ao mesmo período de 2020. Esta dinâmica é resultado do desenvolvimento de iniciativas estruturantes, incluindo a continuidade da expansão no Segmento Middle, o lançamento de novas linhas de negócio, e as frentes de inovação e digitalização. Conforme estas iniciativas são desenvolvidas e ganham relevância, elas aceleram o crescimento das receitas e diluem custos e despesas.

Como resultado, o Índice de Eficiência atingiu 35,5% no segundo trimestre de 2021, redução de 0,7 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e redução de 1,7 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2020.

Por fim, no Slide 18, falaremos da rentabilidade. O Lucro Líquido Recorrente atingiu 136,3 milhões de reais no segundo trimestre de 2021, crescimento de 11,4% em relação ao trimestre anterior e de 121,3% em relação ao mesmo período de 2020.

O Retorno Anualizado Sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) recorrente foi de 12,3% ao ano no segundo trimestre de 2021, aumento de 1 ponto percentual em relação ao trimestre anterior, e de 6,3 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2020.

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

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

A nossa primeira pergunta vem do Sr. Eduardo Rosman, do BTG.

Sr. Eduardo Rosman: Bom dia, bom dia pessoal, obrigado aí pela oportunidade de fazer perguntas. Tenho duas questões aqui, primeiro, pra entender um pouquinho melhor essa dinâmica da margem financeira. Acho que vocês falaram bem aí da relevância que a carteira de SMI já tem no NII, 15%, sendo que é só 7% da carteira, como é que vocês veem essa dinâmica aí do NII como um todo aí no segundo semestre no ano que vem? Vocês acham que dá pra crescer aí a margem financeira acima do crescimento da carteira do banco, ou seja, tem aí o juros subindo, essa mudança de *mix*, então eu queria entender como é que vocês estão vendo? Essa seria a primeira pergunta.

E a segunda é sobre as novas iniciativas e parcerias. Queria, se vocês pudessem ter uma ideia de quanto que isso poderia contribuir aí pro resultado no futuro. De novo, acho que é muito difícil ainda saber, mas só pra tentar entender se vocês acham que é 5% do resultado, 10%, ou se pode ser alguma coisa mais relevante, e se isso deveria potencialmente ser um contribuidor positivo pro ROE daqui a alguns anos? Obrigado.

Sr. Sergio Lulia: Oi, Eduardo, obrigado pela participação, pelas perguntas. Bom, a primeira pergunta, quanto à margem financeira, de fato a margem financeira entrou, como a gente já disse, foi o oitavo trimestre consecutivo de aumento da margem com clientes, especificamente. Mas a margem financeira, como um todo, vem numa tendência boa, e a gente acredita que essa tendência boa continue nos próximos trimestres, a partir de alguns fatores, com os dados que nós temos hoje.

Um dos fatores, como você disse, é o aumento continuado da participação do *middle* marketing na carteira. Quer dizer, esse efeito, e a gente procurou destacar isso, você tem um *middle* atingindo 6,9% da carteira e 15% da margem. Isso em decorrência de maiores *spreads* e do ambiente ainda benigno de crédito, com perdas relativamente baixas.

O *middle* está se estruturando cada vez mais, a tendência é que ele continue crescendo, não só pela questão do aumento orgânico, com a força de vendas próprias, como pelo aumento da relevância do ABC Link que, por enquanto, como a gente disse, são os correspondentes bancários, é uma iniciativa que por enquanto é irrelevante do ponto de vista de clientes, de resultados e de operações, mas ela está sendo estruturada de uma maneira que pode, no futuro, acelerar ainda mais a expansão do *middle*, principalmente em regiões onde o banco não tem a presença física e aonde,



por questão de relevância das regiões, não faria sentido, no nosso modo de ver, uma presença ainda maior. Então o *middle*, sem dúvida, é um fator de crescimento de margem, eu acho, nos próximos anos pro banco, não só nos próximos trimestres.

E o outro fator é a questão do aumento da taxa Selic, isso é claro, a gente vê um aumento da taxa Selic, provavelmente chegando próximo da taxa neutra, ou levemente acima, no caso do banco, você acompanha faz tempo, o banco é um banco que tem o seu patrimônio praticamente todo em liquidez e isso tem um reflexo imediato na margem.

E o terceiro fator é a questão do *mix* de produtos, que teve um comportamento muito favorável no 2º tri, isso não é uma questão tão linear assim, quer dizer, essa questão do *mix* de produtos, você pode ter trimestres melhores ou trimestres piores, mas há um grande esforço da organização em não só se tornar muito competitiva em produtos como câmbio e derivativos, que foram os destaques positivos desse trimestre, como em ter uma competitividade e uma penetração de mercado que garanta que essas linhas, ao longo do tempo, também se tornem mais relevantes, então nós temos um certo otimismo com relação às margens para os próximos trimestres. Pelo que a gente enxerga hoje, a gente vê uma tendência de continuidade de alta.

Com relação às novas iniciativas e parcerias, você vê que são iniciativas que podem se encaixar em algumas categorias. Você tem iniciativas de novos produtos, como são a comercializadora de energia, como é o caso da corretora de seguros, e são produtos, e mesmo a ênfase maior que está sendo dada na parte de banco de investimento, no geral são produtos que complementam a nossa oferta de produtos para clientes já existentes, isso é, não há o custo de aquisição do cliente, o cliente já está na casa, é simplesmente você ofertar pra ele uma gama maior de produtos e, portanto, se tornar um banco mais interessante pra esse cliente, mas ao mesmo tempo são produtos que têm um baixo consumo de capital, então a gente acredita que, do ponto de vista da rentabilidade futura, eles podem ter alguma relevância, já que eles agregam receita sem praticamente agregar nenhum tipo de consumo de capital, então você, com o mesmo capital, você consegue alavancar mais em receitas.

Você tem outras iniciativas que são canais, como a o ABC Link, ou que são novos mercados, por exemplo, no caso do crédito consignado que a gente começa agora, como foi explicado, a gente passou um período de MVP, que foi até julho, e em agosto nós já firmamos alguns convênios com empresas e já estamos entrando em produção de fato, esse é um produto que a gente vê uma relevância muito importante no futuro, é um business que é B2B2C, e esse canal B2B, que é o nosso relacionamento com as empresas, a possibilidade de firmar convênios com elas, e a possibilidade de entender a situação de crédito dessas empresas, que dá uma maior confiança ou não no crédito consignado privado, eu acho que são diferenciais competitivos bem importantes.



E aí, o que nós vamos ter que nos provar, e nós temos nos preparado para isso, estamos bem estruturados, é a nossa capacidade de chegar no cliente final, que dizer, não só de firmar o convênio com a empresa, mas de oferecer um produto competitivo para o tomador do crédito, que é a pessoa física colaboradora dessa empresa. Desse lado, a gente desenvolveu uma série de pesquisas, a gente analisou todos os atuais *players* de mercado, qual que é a oferta de valor que eles têm, como é que eles posicionam o produto, que tipo de valor que eles agregam além do empréstimo em si, e eu acredito que nós estamos vindo com uma proposta muito competitiva, muito atraente pros colaboradores dos nossos clientes e, portanto, com uma chance de sucesso muito grande, mas esse, ainda, tudo assim.

Isso tudo junto, eu acho que, no tempo, é difícil falar agora porque são algumas iniciativas, elas estão muito no início, mas eu acredito que, no tempo, se você pegar um período de dois a três anos, elas podem trazer o ROE estrutural do banco num nível significativamente superior àquele que a gente apresenta hoje.

Sr. Eduardo Rosman: Então tá, ótimo, obrigado, Sérgio.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem do Sr. Flávio Yoshida, do Bank of America.

Sr. Flávio Yoshida: Olá, bom dia a todos, obrigado pela oportunidade de fazer pergunta e a minha questão é quase que um *follow-up* aí em relação à pergunta do Rosman. É mais focada, principalmente, no segmento de SMI. Eu queria ter algumas perguntas nesse tema.

Uma delas é, a gente vê a carteira como um todo ganhando cada vez mais representatividade no segmento SMI, eu queria entender até que nível vocês acham que o SMI pode representar na carteira como um todo, e quando isso pode acontecer?

E a minha outra pergunta, nesse tema, é com relação ao índice de cobertura, porque a gente vê um índice de cobertura agora um pouco mais normalizado, após o resultado do 1º tri, voltou pra um nível que poderíamos dizer pré-pandemia, mas a gente sabe que o segmento SMI, no final do dia, apresenta um risco maior e por isso também seria natural até a gente esperar um índice de cobertura maior do que o nível pré-pandemia, dado o *mix* da carteira. Se vocês concordam com isso, se vocês acham que isso de fato pode acabar pressionando um pouco a provisão indo pra frente.

E aí, minha última pergunta, no SMI, é mais um detalhe aqui com relação ao *guidance*, porque vocês tinham providenciado o *guidance* de um crescimento de 45 a 55% pro segmento de SMI, mas, se eu não me engano, o critério do SMI era outro, agora é de 30 a 300, se isso não deveria também implicar num crescimento maior no *guidance*? Obrigado.



Sr. Sergio Lulia: Oi, Flávio, obrigado pelas suas perguntas. Bom, na questão do SMI, essa expansão, como você falou, de representatividade, pelo menos nos próximos anos vai ser constante. A gente vê, num primeiro momento, ela chegando a 15% da carteira com uma certa facilidade. No ritmo que nós estamos indo hoje, provavelmente aí não é o *guidance*, não é uma estimativa que nós temos nós hoje que você pode, no prazo de um ano e meio, dois anos, ter essa carteira chegando próximo a 15% da carteira expandida.

E aí continua, mas daí, assim, quando falam num período mais longo, é difícil você estimar de agora, porque você pode ter outros segmentos que estejam entrando na carteira, então, por exemplo, o segmento de crédito consignado, também, que também vai ter uma relevância. Você pode tomar uma decisão de ir pra outros segmentos de empresas, eventualmente até com um *middle* um pouco menor. Então têm várias outras peças que se movem nesse jogo, que fica difícil fazer uma estimativa de margem a longo prazo. Mas eu posso dizer que esses 15% de participação na carteira expandida, a gente acha que chega com uma certa tranquilidade.

Quanto à outra pergunta, do índice de cobertura, aí tem alguns comentários a fazer. Primeiro que você vê que a parte de atrasos, de formação de NPL da carteira se concentrou principalmente no CIB e no *corporate*. Isso são nomes que já estavam identificados, de empresas que a gente percebia que, devido à pandemia, tinham enfrentado uma dificuldade um pouco maior, a constituição de PDDs foi feita ao longo de 2020, e também ao longo do primeiro trimestre de 2021, de maneira com que agora, quando as operações de fato ficaram em atraso, havia uma dúvida se ficariam ou não, acabaram ficando, mas as provisões já foram feitas.

Então você tem um aumento do NPL, mas você não tem um impacto em resultados, já que esse impacto no resultado foi antecipado pela administração nos trimestres anteriores e, no que a gente tinha identificado também, não prevemos grandes alterações daqui pra frente. Esses nomes que causavam mais preocupações são esses que já apareceram aqui. Fora isto, a gente vê um ambiente de crédito relativamente benigno, a economia retomando de maneira diferenciada, dependendo do segmento de atividade, mas no geral a maioria dos segmentos se comportando bem e a carteira do banco muito saudável.

Na questão do *middle marketing*, você tem razão, é um segmento que tem margens maiores, mas no tempo também deve apresentar perdas maiores. Isso, no entanto, não se verificou até agora. Se você pegar, de fato, o que nós temos de operações em atraso no *middle marketing*, no segundo trimestre, é 0,8% da carteira. Por incrível que pareça, é um atraso menor do que o do segmento de *corporate* e *large corporate*, e aí têm algumas explicações. Uma delas é que a nossa carteira é muito nova, então carteiras novas normalmente têm uma depreciação menor, à medida que a carteira amadurece pode ser que isso aumente um pouco. O outro é o próprio efeito do FGI



PEAC, que foram aquelas linhas que foram feitas no ano passado, por todas as organizações, que acabaram ofertando às empresas do segmento *middle* um crédito de uma qualidade superior ao que normalmente essas empresas tinham, então elas alongaram o seu *funding* a taxas mais competitivas, e isso se refletiu numa melhora da sua situação econômico-financeira.

Em que pese isso, você vai lembrar que no primeiro trimestre de 2021, até pra nos precavermos, eventualmente, de uma piora futura, que ainda não se verifica, mas que poderá se verificar, a gente fez uma provisão adicional, especificamente no segmento de *middle marketing*, além da provisão específica que normalmente é feita. Então, nós temos hoje, no segmento de *middle*, uma provisão média feita de 3,5% pra um atraso de 0,8, então com um índice de cobertura de mais de quatro vezes, um índice muito confortável. E na ressegmentação não houve. O *middle* sempre foi 30/300. O que a gente fez foi uma ressegmentação dos outros segmentos, então o nosso *corporate*, que é de 300 a 2 bi, hoje ele vai de 300 milhões a 4 bilhões, e o CIB é acima de quatro. Mas o *middle* foi lançado em 2019 já sendo de R\$ 30 a 300 milhões.

Sr. Flávio Yoshida: Entendi, eu concordo, o *middle* realmente está com uma qualidade muito boa, mas a gente, pelo menos a minha percepção é que quando a economia está indo tudo bem, acho que ok ter essa cobertura, mas quando dá um soluço na economia, tudo bem que a gente não tem nenhum sinal disso no curto prazo, o *middle* acaba sofrendo muito mais do que o *corporate* por exemplo, e por isso que acho que seria natural a gente ver uma cobertura mais alta, mas eu entendo que vocês estão se precavendo aí pra qualquer movimento nesse sentido. Mas está ótimo, obrigado pelas respostas.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem do Sr. Pedro, do Itaú BBA.

Sr. Pedro: Bom dia a todos, obrigado pela pergunta, parabéns pelo resultado. Trocando de tema aqui rapidamente, na parceria no mercado de capitais vocês mencionaram aí três participações já do Inter, em três emissões, 2.6 bi, 1.5 em debêntures de infra, vocês podem nos ajudar a ter uma noção de quanto essa parceria ajudou, em termos de percentual da distribuição, os aprendizados, e como isso se dará pra frente? Essa é a primeira, na parceria com o Inter. E depois eu queria perguntar um pouquinho na receita de serviços, se a gente pode imaginar que estabilizou-se já nesses dois últimos tris e acelera daqui pra frente? Obrigado.

Sr. Sergio Lulia: Olá, Pedro. Bom, a parceria com o Inter, ela tem nesses primeiros meses uma dinâmica muito boa, eu não digo surpreendente porque a gente já esperava isso, mas é uma dinâmica de entrosamento dos times, de entendimento nas duas organizações sobre qual o perfil das operações que melhor se enquadra nessa parceria. Como eu disse durante o *speech* de apresentação, são reuniões semanais em que os times das duas casas participam, e aí você começa a testar isso, tanto na parte



da originação, como fazer essas propostas conjuntamente, que maneira isso é recebido pelos clientes, quanto no ponto de vista da distribuição porque, por exemplo, debêntures de infraestrutura mesmo, a gente já fazia bastante e a gente tem uma distribuição forte pra outro tipo de cliente. E o Inter agora agregando, de maneira muito clara, essa distribuição junto ao varejo, à sua enorme base de clientes. Isso vai se consolidando e tende-se a acelerar nos próximos trimestres.

Agora, a gente por enquanto não divulga esse tipo de informação, até porque o Inter também é uma empresa auditada, e nós também, então, assim, as operações são feitas em conjunto, não importa quem distribui ou não, a gente divide os *fees* de uma maneira igual, isso é importante pra que a parceria se concentre em trazer novo valor pra cliente e não ficar discutindo quem fez o quê, então são dados que a gente não divulga, mas eu posso dizer que está indo muito bem, que os primeiros resultados são muito animadores, e que a gente olha essa parceria como uma decisão muito acertada que foi feita pela organização pra aumentar a nossa competitividade na originação de operações e pra trazer, também, uma diversidade maior de produtos para os clientes investidores do Banco Inter.

Com relação às receitas dos serviços, eu vejo o seguinte, você pegando os três componentes principais, tem um dos componentes que é as garantias prestadas, que são as fianças bancárias, esse é um componente que tem uma estabilidade um pouco maior, a gente tem uma carteira de finanças bastante representativa, que tem trazido bons resultados pro banco ao longo do tempo, com uma perda muito pequena, porque são clientes de alta qualidade, agora a gente passa a acertar pra esse público um outro produto também, que é o seguro garantia, através da nossa corretora de seguros, que a gente acredita que, em algumas situações, ele pode complementar a nossa oferta, sem diminuir a representatividade das fianças bancárias, mas agregando um outro produto pra clientes que prefiram contratar um seguro ao invés da fiança.

Mas nessa linha há uma estabilidade um pouco maior. Nas outras duas linhas, tanto na linha de banco de investimento, da maneira que nós temos um otimismo bem grande, sendo que não só o mercado está aquecido com a participação do ABC Brasil tem sido de bastante destaque no DCM, que é o nosso maior produto. Mais recentemente no *Equity Capital Markets*, nós participamos de algumas outras operações esse ano, são quatro operações que o banco participa dentro do Sindicato de Bancos Estruturadores em IPOs e *follow-ons*, e também no segmento de M&A, onde a gente tem alguns mandatos de qualidade, e aí M&A você só comemora quando o negócio é fechado de fato, mas a gente vê duas perspectivas, também, de M&A. Então, na linha de banco de investimentos, a gente tem uma perspectiva bastante otimista de crescimento ao longo do tempo das receitas vindas dessa atividade.

E na parte de tarifas bancárias, a mesma coisa, porque você tem o aumento da base de clientes, o aumento do número de clientes do *middle marketing*, a gente ofertando



produtos que se enquadram muito bem a esse público como, por exemplo, o *cash management*, que está tendo já uma participação maior no segmento de *middle*, então, com o crescimento do número de clientes e uma maior penetração do nosso cash management nesses clientes, a gente acha que essa linha também dá pra ter resultados bem melhores ao longo do tempo.

Sr. Pedro: Entendi. Obrigado e parabéns pelo resultado novamente.

Sr. Sergio Lulia: Obrigado.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem do Sr. Yuri Fernandes, do JP Morgan.

Sr. Yuri Fernandes: Obrigado pela oportunidade, parabéns, Sergio, pelos resultados, pela marca de três mil clientes. Vou fazer um *follow-up* na pergunta do Flávio sobre qualidade da carteira. Quando a gente lê o NPO, fica bem claro, você já explicou, no release também tem que foi basicamente CID, e a cobertura, ela caiu, mas ela voltou pro nível de 19, e acho que todo mundo esperava que vocês estavam rodando com uma cobertura de mais de mil por cento, essa cobertura alguma hora, ela ia convergir.

Mas pensando aqui pra frente, eu não sei, a gente vê as letrinhas ali, a gente vê que esses créditos, provavelmente eles estão em F, a gente não sabe se eles vão evoluir até H, mas provavelmente o banco vai ter que voltar algum momento a rodar talvez com um *cost of risk* mais próximo da média, que eu acho que era mais ou menos 1% de *cost of risk* e esse tri acho que foi 0.7.

Então, minha dúvida é só pensando em provisionamento, assim, acho que não é uma preocupação de *asset quality* ou um ciclo, nada disso, mas assim, dá pro banco rodar mais pro nível desse tri, ou já pros próximos trimestres a gente começa a ver o banco aí voltando pra um nível de PDD mais em linha com o histórico, mais perto desse 1% de *cost of risk*? Essa é a primeira pergunta.

Daí eu tenho uma segunda pergunta sobre a parceria do *marketplace*. Vocês falaram bastante do *payroll*, da plataforma de energia, do Banco Inter, mas, assim, o *marketplace*, aquele anúncio que vocês fizeram, se eu não me engano em fevereiro, março, tem mais alguma novidade, quando a gente vai ficar sabendo mais detalhes dessa parceria? Obrigado.

Sr. Sergio Lulia: Oi, Yuri, obrigado pelas suas perguntas. Da qualidade da carteira, olha, bom, o provisionamento de crédito no banco, assim como em outras organizações também, como você sabe é feito cliente a cliente. Então, cada cliente, os créditos vão sendo monitorados, não só nos comitês de crédito, quando eles são reapresentados, mas nós temos agora um sistema de monitoramento contínuo de teleindicadores, em alguns casos diários, outros casos semanais, mensais, dependendo do ramo de atividade da companhia, ou etc., e a análise em comitês, adicionada ao



monitoramento que é feito após a concessão do crédito é que determina se os *ratings* das companhias têm melhora ou tem piora e, como consequência, qual o provisionamento que é feito. O que eu posso dizer é que nós estamos com um provisionamento muito satisfatório, muito satisfatório. A gente tem nos nomes de bancos que estão em *watchlist*, a gente tem um provisionamento que a gente acha mais do que adequado para a situação que as empresas enfrentam no momento.

E, por outro lado, a quantidade de novos casos se deteriorando, isto é, de companhias entrando no *watchlist*, tem sido, nos últimos meses, muito pequena. Essas duas coisas juntas nos leva a crer, mas você sabe que no Brasil tudo muda com uma velocidade muito grande, mas visto de hoje, nos leva a crer que nos próximos trimestres a gente tenha um ambiente de crédito benigno. A gente não está vendo um aumento de provisão vindo para os próximos trimestres não e, de novo, porque nós estamos com uma quantidade de provisões realizadas muito satisfatórias e com uma carteira de crédito que nos dá um grande conforto.

E no *middle market*, que foi até a pergunta anterior do Flávio, a gente tem já uma provisão adicional feita, se você fosse ver só a provisão específica, a gente estaria provisionando por volta de 1,5, 1,7%, nós estamos com 3,5% de provisão feita no *middle*, quer dizer, já há um colchão ali feito para a eventualidade futura de uma deterioração dessa carteira, embora, no curto prazo, nós não estejamos vendo isso.

E a segunda pergunta, que é o *marketplace*, olha, eu posso dizer que a gente atrasou um pouco toda essa questão da centralização dos recebíveis de cartão, que foi lançada no início de junho, que causou uma dificuldade do mercado como um todo, principalmente das empresas que fazem a centralização dos recebíveis de cartão, gerou problema entre elas da interoperabilidade, etc. e tal, e isso fez com que nós adiássemos, por algumas semanas, o lançamento da nossa plataforma, mas eu vou dizer que ela já está em teste, já está em NDP, já tem transações sendo feitas e pequenos acertos de sistemas e tudo mais, mas a expectativa é que, muito em breve, a gente anuncie formalmente e passe a operar. Então, esse é uma que eu espero no resultado do terceiro tri já poder anunciar alguma coisa, se tudo correr conforme nós estamos esperando.

Sr. Yuri Fernandes: Maravilha, Sergio, obrigado e novamente parabéns. NII muito forte, parabéns.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem do Sr. Carlos Gomez, do HSBC.

Sr. Carlos Gomez: Bom dia, obrigado pela pergunta. Eu queria saber se podem comentar sobre o efeito estimado da reforma fiscal, se aprovada. E segundo, se poderia explicar mais a provisão que tem em ND1, a provisão pra *assets* que não são de uso próprio, o que exatamente que devemos esperar? Obrigado.



Sr. Sergio Lulia: Oi, Carlos, obrigado pela sua pergunta. Bom, a reforma tributária, nós estamos vendo, tem havido mudanças, não é o que se espera da reforma tributária em relação ao projeto original que foi enviado pelo governo para a Câmara dos Deputados e aos dois substitutivos que já foram apresentados pelo relator, um primeiro substitutivo, agora um segundo, e temos que ver ainda o quê que vai a plenário e o quê que vai de fato ser votado.

Agora, se nós pegarmos da maneira como está no substitutivo mais recente, que foi apresentado pelo deputado Celso Sabino na semana passada, eu vou dizer que, assim, há uma leve piora, mas muito marginal em relação à situação atual, porque você tem a extinção dos juros sobre capital próprio e isso pega todo o sistema financeiro de uma maneira muito forte, dado que, pela natureza da atividade, os bancos têm que ser muito capitalizados e essa capitalização faz com que o efeito do JCP seja um efeito importante nas instituições financeiras.

Mas, por outro lado, você tem esse efeito praticamente todo compensado pela diminuição do imposto de renda da pessoa jurídica, que cairia de 15 pra 2,5%. Um ponto que ainda fica, e que eu acho que o sistema financeiro ao longo do tempo tem que conseguir, vamos dizer assim, mostrar seus pontos, é que o sistema financeiro paga uma alíquota de contribuição social sobre lucro líquido em nível superior ao de outros segmentos.

E isso é uma situação que, pelo que nós vimos, só existe no Brasil, um segmento que tem uma taxa superior a de outros segmentos. Isso provavelmente não será tratado na reforma, isso já é assim, e provavelmente continuará da mesma maneira e, portanto, será neutro. Então, como reforma tributária, posso dizer que, se aprovado da maneira como está hoje, do ponto de vista de impacto no resultado final é praticamente irrelevante, com uma piora, mas muito pequena. Com relação ao BNDU, eu vou passar aqui pro Sergio Borejo, que está do meu lado, e ele pode te dar uma explicação melhor.

Sr. Sérgio Borejo: Oi, Carlos, obrigado pela sua pergunta. Bom, como você sabe, os bens não de uso, eles são parte integrante da provisão ampliada de crédito, e como tal a gente faz uma reavaliação periódica, normalmente de 3 em 3 meses a gente avalia todos os bens da carteira. E ao efetuarmos uma reavaliação esse trimestre, a gente achou mais prudente fazer essa provisão. Muito provavelmente, nos próximos trimestres, a gente deve voltar pros nossos níveis históricos, que são muito próximos de zero, quer dizer, não deve ter grandes oscilações aí não, mas simplesmente uma reavaliação normal, um procedimento normal da nossa reavaliação dos bens não de uso.



Sr. Carlos Gomez: (inaudível)... foram reavaliados, propriedades, maquinaria, instalações industriais, que tipo de ativo que acredita que tem menos valor agora do que não tinha no passado?

Sr. Sérgio Borejo: Não, são imóveis. A gente no BNDU não tem maquinário, hoje praticamente nós só temos imóveis, nós temos um saldo baixo de BNDU hoje, abaixo de R\$ 200 milhões, uma carteira muito pequena em relação ao nosso patrimônio. E só tem imóveis.

Sr. Carlos Gomez: Obrigado.

Operadora: Lembrando que, para fazer perguntas, basta digitar *1. Por favor, aguardem enquanto coletamos as perguntas.

Operadora: Encerramos, neste momento, a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Sergio para as considerações finais. Por favor, Sr. Sergio, pode prosseguir.

Sr. Sergio Lulia: Bom, muito obrigado a todos pela participação na nossa teleconferência de resultados e eu, o outro Sergio, os Sergios, mais o Ricardo e todo o time, permanecemos à disposição de todos pra outras dúvidas que vocês possam ter. Um abraço pra todos.

Operadora: A teleconferência do BANCO ABC BRASIL está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.