



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO BANCO ABC BRASIL

4º TRIMESTRE E ANO DE 2020

09 de fevereiro de 2021

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência de resultados do quarto trimestre e ano de 2020 do Banco ABC Brasil. Estão presentes hoje conosco os senhores Sergio Lulia Jacob, CEO, Sergio Borejo, Diretor Vice-Presidente e Diretor de Relações com Investidores e Ricardo Moura, Superintendente 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 Lulia, que iniciará a apresentação. Por favor, Sergio, pode prosseguir.

Sr. Sergio: Bom dia a todos e obrigado por participarem de nossa teleconferência de resultados do quarto trimestre e ano de 2020. Continuamos com nossa estratégia de crescimento focada em 3 pilares: No Crescimento da Base de Clientes e Transações, tivemos um novo recorde no trimestre – com a adição de 399 clientes - crescimento que



se deu em todos os segmentos: Large Corporate, Corporate e Middle. No ano, o número de clientes aumentou em aproximadamente 40%.

Especificamente no Segmento Middle, mais uma vez um dos grandes destaques do trimestre, tivemos uma expansão de Carteira Expandida de 37,7% no trimestre e 159,3% em 12 meses, passando pela primeira vez a marca de 2 bilhões de Reais.

Na Expansão do Portfolio de Produtos, continuamos na execução de linhas de produtos lançadas nos últimos 18 meses – como a Comercializadora de Energia, Project Finance, seguros, além de estudos para a entrada nos mercados de Crédito Consignado Privado e no Financiamento à Vendedores de Marketplaces – os Sellers.

Finalmente, na Otimização de Canais de Distribuição, lançamos o ABC Link – modelo de distribuição de serviços financeiros através de escritórios parceiros - utilizando a figura do correspondente bancário. Continuaremos focados em explorar oportunidades de distribuição de nossos produtos em canais de terceiros, e de produtos de terceiros através de nossa força comercial – visando atender os fornecedores e clientes dos nossos clientes.

Acreditamos que esta estratégia combina a utilização de uma operação estabelecida e rentável com a geração de opcionalidades, seja em clientes, produtos ou canais, que resultem em sinergias e alavancas de crescimento relevantes para nossa plataforma.

No Slide 3 apresentamos os destaques do nosso resultado no quarto trimestre e ano de 2020: A Margem Financeira com Clientes totalizou 215,2 milhões de reais no 4T20, um crescimento de 4,1% em relação ao 3T20 e de 31,4% em relação ao 4T19 - o sexto trimestre consecutivo de crescimento da Margem com Clientes. No ano, a Margem com Clientes atingiu R\$799,7 milhões, um crescimento de 33,8%.

A Despesa de Provisão Ampliada - que inclui as provisões de empréstimos, títulos privados e garantias prestadas, bem como as recuperações de crédito - foi de 89,1 milhões de Reais no trimestre, ainda reflexo de uma política conservadora de provisionamento por conta da pandemia COVID-19, em linha com os três últimos trimestres.

O Lucro Líquido atingiu 106,0 milhões de reais no 4T20, crescimento de 44,2% em relação ao trimestre anterior e queda de 11,4% em relação ao mesmo período de 2019. Na comparação anual, houve queda de 34,1%.

O Retorno Anualizado Sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) foi de 10,0% no quarto trimestre de 2020, aumento de 2,9 pontos percentuais em relação ao trimestre anterior e queda de 2,0 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2019. No acumulado do ano, o ROAE atingiu 7,8%, queda de 4,8 pontos percentuais em relação ao ano de 2019.



No slide 4, apresentamos a evolução da carteira de crédito expandida. A Carteira de Crédito Expandida apresentou crescimento de 4,4% no trimestre e de 14,0% em 12 meses.

O segmento Middle – mais uma vez um dos grandes destaques do trimestre - apresentou um forte crescimento de 37,7% versus o terceiro trimestre de 2020 - equivalente a mais de 500 milhões de Reais - e um crescimento de 159,3% em 12 meses. O segmento ultrapassou pela primeira vez a marca de 2 bilhões de Reais de carteira, atingindo 9,6% da Carteira de Empréstimos e 5,9% da Carteira Expandida. O aumento da representatividade gradual do segmento Middle na Carteira de Crédito Expandida do Banco contribui para pulverização da base de clientes, diversificação de risco e manutenção do spread.

O segmento Corporate apresentou crescimento de 4,9% no comparativo trimestral e de 15,0% no comparativo anual. Finalmente, no segmento Large Corporate, a carteira de crédito expandida teve um crescimento de 0,9% no trimestre e de 5,8% em 12 meses.

No slide 5, alguns destaques de cada segmento: Tivemos um aumento de clientes totais e de clientes com exposição a crédito em todos os segmentos - Large Corporate, Corporate e Middle - a maior adição absoluta de clientes em um trimestre, e também em um ano, na história do banco.

Especificamente no segmento Middle, aumentamos a base total de clientes em 227 no trimestre e em 589 no ano – um crescimento de 2,6x em 12 meses, atingindo quase 1.000 clientes. Ao mesmo tempo, mantivemos nossa disciplina na pulverização de riscos, com uma exposição média por cliente praticamente estável em 2,9 milhões de reais. Outro ponto importante foi o aumento do prazo médio da carteira, fechando o ano em 506 dias, contribuindo para o alongamento do duration da carteira.

Já o segmento Corporate encerrou o 4T20 com 1.238 clientes. Destes, 999 possuíam exposição de crédito, o que resultou em uma exposição média de 14,6 milhões de reais por cliente. A carteira Corporate terminou o trimestre com prazo médio de 459 dias.

Por fim, no segmento Large Corporate, terminamos o quarto trimestre de 2020 com 430 clientes, dos quais 247 com exposição de crédito, resultando em uma exposição média de 58,8 milhões de reais por cliente. A carteira Large Corporate terminou o trimestre com um prazo médio de 359 dias.

No slide 6, mostramos a segmentação setorial de nossa Carteira de Crédito Expandida: A Carteira de Crédito Expandida continua a mostrar alta diversificação setorial, e uma maior exposição a setores, na nossa visão, com perfil mais defensivo, incluindo: agronegócio (como cadeia de grãos, agricultura & pecuária), infraestrutura, geração e transmissão de energia, entre outros. Os setores com maiores aumentos relativos de participação foram: Comercialização e Distribuição de Energia (+1,6%) e Geração de



Energia (+0,9%), enquanto os setores com maiores reduções relativas foram: Cadeia de Grãos (-0,8%), e Bancos (-0,6%).

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. Como podemos observar, esse indicador encerrou dezembro representando 0,5% da carteira, uma queda de 0,1 ponto percentual em relação ao nível apresentado no trimestre anterior. E ainda a níveis substancialmente abaixo da média histórica – mais próxima de 1%

No segundo gráfico, observa-se mais um trimestre com baixa formação de inadimplência. Até o momento, com a informação que temos disponível, lembrando que o ambiente tem sido muito dinâmico, a performance da formação de inadimplência continua a mostrar um nível de atrasos bastante comportado.

No slide 8, em seu primeiro gráfico, observamos que o saldo de PDD representou 2,8% da carteira de empréstimos no final do quarto trimestre, queda de 0,2 ponto percentual em relação ao trimestre anterior, principalmente devido aos segmentos Large Corporate e Middle.

No gráfico inferior apresentamos o Índice de Cobertura. Na continuidade de uma abordagem cautelosa e preventiva, o Banco continuou a reforçar o seu nível de provisionamento no trimestre, mesmo não experimentando um aumento relevante no volume de operações em atraso. Isto resultou em um novo aumento no Índice de cobertura da carteira de crédito, atingindo 581 por cento.

No slide 9, continuamos com a análise da qualidade da carteira de crédito: Podemos observar no primeiro gráfico, que as Despesas de PDD atingiram 36,2 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, uma queda de 44% em relação ao trimestre anterior e de 24% em relação ao mesmo período de 2019. Esse custo de crédito representou 0,7% da carteira de empréstimos 2.682 – uma queda de 0,7 ponto percentual frente ao trimestre anterior;

O segundo gráfico, por sua vez, apresenta o percentual de Empréstimos Classificados entre D-H que foi de 4,4% da carteira de empréstimos ao final de dezembro de 2020, uma queda de 0,8 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e aumento de 0,2 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2019.

No slide 10, apresentamos a evolução do Saldo de Créditos Renegociados: O Saldo de Créditos Renegociados passou de 201,1 para 212,2 milhões de Reais, aumento de 5,5% e correspondendo a 1,0% da carteira de empréstimos, índice abaixo da média histórica.

O montante das operações de crédito prorrogadas desde o impacto da pandemia da COVID-19, sofreu uma redução de 53 milhões de reais, totalizando um saldo 797 milhões



de reais no quarto trimestre (versus 850 milhões de reais no trimestre anterior), atingindo 3,8% da Carteira de Crédito (2.682).

No slide 11, mostramos a evolução da Despesa de Provisão Ampliada, que inclui Despesa de PDD, bem como Provisão para Desvalorização de Títulos, Provisão para Devedores de Garantias Prestadas, além das Recuperações de Crédito, fechamos o trimestre com 89,1 milhões – equivalente a 1,0% da carteira expandida – comparado a 1,1% no trimestre anterior e 0,6% no mesmo trimestre de 2019.

Do que pode ser observado agora e, levando-se em conta as incertezas que uma segunda onda de aumento dos efeitos da pandemia possa ocasionar, com os dados disponíveis até o momento espera-se que o patamar trimestral de Despesas de Provisão Ampliada – que inclui a PDD, a Provisão de Desvalorização de Títulos e a Provisão de Garantias, deduzidas as Recuperações de Crédito – apresente uma redução gradual nos próximos trimestres.

No slide 12, apresentamos a evolução de nossa captação: Ao final de dezembro, o saldo da captação totalizava 35,8 bilhões de reais, crescimento de 0,3% no trimestre e de 18,9% em 12 meses. A posição de liquidez do Banco no final do trimestre girava em torno de R\$10 bilhões, o que corresponde a mais de 2x o valor do patrimônio líquido e a mais de 40% da carteira de empréstimos e títulos.

Como parte de nossa agenda ESG, continuamos com os esforços de estreitamento no relacionamento com agências multilaterais. Neste sentido, fechamos a emissão de um “social bond” no valor de 525 milhões de Reais com o BID, com recursos destinados a financiar empresas no setor de saúde, além de pequenas e médias empresas em geral que tenham sido impactadas pela pandemia da COVID-19. E agora em fevereiro de 2021, anunciamos com a Proparco – braço da Agência Francesa de Desenvolvimento – uma nova linha de 72 milhões de Dólares, destinadas a apoiar projetos nas áreas de agricultura e de energia, que tenham impacto na redução de gases de efeito estufa.

No slide 13, podemos observar a evolução do Patrimônio Líquido e do Índice de Basiléia. Encerramos dezembro de 2020 com Patrimônio de Referência de 5,4 bilhões de reais, e Patrimônio Líquido de 4,3 bilhões de reais.

No trimestre tivemos um aumento de 114 pontos base no Índice de Basiléia e de 108 no Índice de Capital Principal, mesmo considerando um aumento de 4,4% na Carteira de Crédito Expandida. Esta expansão nos índices foi suportada pela otimização no consumo de capital de ativos no balanço, pela apropriação do resultado do período, além da contribuição do aumento de capital de 28.8 milhões de Reais, resultado da recapitalização de proventos referentes ao primeiro semestre, concluída em outubro de 2020. Em relação a dezembro de 2019 o Índice de Basiléia encerrou 2020 praticamente estável, enquanto Índice de Capital Principal aumentou em 67 pontos base, mesmo considerando o crescimento de 14% da Carteira de Crédito Expandida no período.



No slide 14, apresentamos a evolução da margem financeira: A Margem Financeira Gerencial atingiu 299,9 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, apresentando redução de 0,6% em relação ao trimestre anterior, e um crescimento de 15,4% em relação ao mesmo período de 2019.

A Margem Financeira com o Mercado atingiu 68,7 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, queda de 12,7% em relação ao trimestre anterior, que havia performado bem acima da média histórica - e um crescimento de 32,6% em relação ao mesmo período de 2019. Essa receita é oriunda das posições proprietárias e estão relacionadas basicamente ao mercado de juros, moeda e inflação.

A receita da remuneração do Patrimônio Líquido a CDI foi de 15,9 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, queda de 2,1% em relação ao trimestre anterior e de 63,9% em relação ao mesmo período de 2019. O Banco tem atualmente a menor dependência em sua história da Margem Financeira Gerencial advinda do Patrimônio Líquido Remunerado a CDI. Como resultado, a taxa anualizada da margem financeira gerencial (NIM) foi de 3,2% no quarto trimestre de 2020, estável em relação ao trimestre anterior e queda de 0,2 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2019.

No slide 15, apresentamos a evolução da margem e spread com clientes: A Margem Financeira com Clientes atingiu 215,2 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, o 6º trimestre consecutivo de crescimento - sendo 4,1% em relação ao trimestre anterior e de 31,4% em relação ao mesmo período de 2019. O crescimento do trimestre foi suportado principalmente pelo aumento do volume médio, reflexo da expansão de clientes e da carteira de crédito, e pela expansão do spread, suportada entre outros fatores, pelo aumento relativo do segmento Middle na carteira de crédito.

A evolução do Spread com Clientes no trimestre foi de 3,7%, apresentando estabilidade em relação ao trimestre anterior e crescimento de 0,4 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2019. Já o Spread com Clientes ajustado pela Provisão, fechou o trimestre em 2,2%, queda de 0,2 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e ao mesmo período de 2019, reflexo de maiores Despesas de Provisão.

No Slide 16, falaremos das Receitas de Serviços. Pela primeira vez desde os efeitos da pandemia da COVID-19, as Receitas de Serviços passaram novamente a contribuir com mais de 20% da receita total, com 85,8 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, aumento de 25,6% em relação ao trimestre anterior, e queda de 6,9% em relação ao mesmo período de 2019.

Olhando cada um dos componentes das Receitas de Serviços, temos: As receitas de Garantias Prestadas atingiram 47,0 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, redução de 4,1% em relação ao trimestre anterior e crescimento de 7,0% em relação ao mesmo período de 2019.



As receitas de Banco de Investimento atingiram 28,6 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, aumento de 151,1% em relação ao trimestre anterior – dando continuidade à uma recuperação gradual em DCM e M&A, reflexo da normalização das condições de mercado – e a maiores contribuições das áreas de Project Finance e ECM, introduzidas mais recentemente no portfólio do banco. Em relação ao mesmo período de 2019 – trimestre com recorde de receita nesta linha na história do Banco - as receitas de Banco de Investimento apresentaram uma redução de 32%.

Finalmente, as receitas de Tarifas atingiram 10,2 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, um crescimento de 28,9% em relação ao trimestre anterior, e de 65,3% em relação ao mesmo período de 2019, resultado do 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\$128,9 milhões no quarto trimestre de 2020, crescimento de 9,2% em relação ao trimestre anterior e de 4,7% em relação ao mesmo período de 2019. Apesar das expectativas no início do ano de 2020 de um aumento significativo das Despesas em função, principalmente, do aumento de colaboradores – crescimento de 14,5% do número médio de colaboradores 2020 versus 2019 – e dos investimentos em tecnologia para possibilitar a implementação da estratégia de médio prazo do Banco, a mesma aumentou apenas 4,2%, sobretudo, em função da diminuição da PLR no período.

Como resultado de maiores receitas e da redução das despesas, o Índice de Eficiência atingiu 34,9% no quarto trimestre de 2020, aumento de 1,1 ponto percentual em relação ao trimestre anterior e redução de 2,1 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2019.

Por fim, no Slide 18, falaremos da rentabilidade: O Lucro Líquido Recorrente atingiu 106,0 milhões de reais no quarto trimestre de 2020, crescimento de 44,2% em relação ao trimestre anterior e queda de 11,4% em relação ao mesmo período de 2019.

O Retorno Anualizado Sobre o Patrimônio Líquido (ROAE) recorrente foi de 10,0% ao ano no quarto trimestre de 2020, aumento de 2,9 pontos percentuais em relação ao trimestre anterior, e queda de 2,0 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2019.

Além dos fatores impulsionadores da rentabilidade já relatados anteriormente, o quarto trimestre foi positivamente impactado pela flexibilização pelo Banco Central na distribuição de proventos, anteriormente limitada a 25% do lucro líquido ajustado, e agora ajustada a 30%, retroativamente para todo o ano de 2020. Os efeitos desta flexibilização tiveram um impacto positivo em nosso resultado – através da redução da taxa efetiva de imposto – de aproximadamente 100 pontos base. A limitação do pagamento de proventos não é mais válida em 2021.



No Slide 19, nosso guidance para 2021. Com relação à Carteira de Crédito Expandida, nosso guidance para 2021 é de um crescimento anual entre 12 e 16%. Esta visão resulta do crescimento que tivemos em 2020 e dos primeiros sinais demonstrados em 2021. Com relação à nossa Carteira de Crédito Expandida do Segmento Middle, esperamos um crescimento anual entre 45% e 55%, lembrando que a carteira middle atingiu R\$2,0 bilhões em dezembro de 2020.

Com relação ao guidance de crescimento anual de Despesas - considerando Despesas de Pessoal, Outras Despesas Administrativas e PLR – nosso Guidance para 2021 é de um crescimento entre 16 e 18%. Este aumento de despesas está relacionado principalmente à continuidade da expansão da força comercial do Segmento Middle, às iniciativas estruturantes de tecnologia e inovação, e à evolução de novas linhas de negócios, como a Corretora de Seguros e o Consignado Privado.

Em resumo, estas projeções assumem a continuidade na expansão da margem com clientes, a redução das despesas de provisão a níveis mais próximos à média do ciclo de crédito, além da recuperação da receita de serviços e do fim do impacto da limitação da distribuição de proventos na taxa efetiva de imposto. Estes efeitos combinados tendem à gerar uma normalização no nível de rentabilidade de forma gradual, o trazendo mais próximo à média histórica recente. Finalmente, continuamos confiantes em nosso modelo de negócios, na evolução das novas iniciativas que vem sendo implementadas desde 2019, já contribuindo com resultados concretos no ano 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 (*1). Para retirar a pergunta da lista, digitem asterisco 2.

Nossa primeira pergunta é da senhora Giovana Rosa, da Bank of America. Pode prosseguir Giovana.

Sra. Giovana: Oi, bom dia a todos. Obrigada pela oportunidade de fazer perguntas. Eu tenho duas perguntas. A primeira é em relação à qualidade de crédito. Esse trimestre teve uma queda do NPO total, mas quando a gente olha por linhas de negócio, teve um pequeno aumento em corporate e a inadimplência do middle dobrou, ainda continua muito baixa, mas o que eu queria entender é como que vocês esperam que a inadimplência evolua daqui pra frente, se esse aumento em corporate e em middle já está relacionado com o efeito da crise, ou se é mais do business as usual?



E a minha segunda pergunta é em relação ao guidance. Vocês falaram que esperam que o nível de rentabilidade volte para os patamares mais recentes, eu queria entender se isso é já pra 2021, se a gente pode esperar que já volte pra perto de 13% em 2021, ou se é num horizonte mais longo, e se isso considera que esse ano vai ter a recapitalização de dividendos, ou se vocês não enxergam mais necessidade, dado o nível de capital principal que vocês têm? Obrigada.

Sr. Sergio: Ok, Giovana, obrigado pelas suas perguntas. Bom, com relação à primeira pergunta, sobre a qualidade da carteira de crédito, eu vou aproveitar a sua pergunta pra dar uma visão mais abrangente de como é que nós estamos vendo o ambiente de crédito, especificamente em relação aos nichos em que nós operamos.

A gente passou 2020, como todos vocês sabem, com uma política bastante conservadora na constituição de provisões, essas provisões foram feitas em volumes altos por conta da nossa percepção de que, não de uma deterioração da carteira como um todo, porque isso não ocorreu, como a gente disse a gente está bem posicionado em termos de segmentos, temos uma carteira de crédito bem pulverizada, estamos mais expostos em setores que sofreram menos na pandemia, mas é natural que, num momento em que... num ano que se começa com uma projeção de crescimento do PIB de 3% e termina com uma retração de 4, quer dizer, você tem uma mudança de expectativa de 7 pontos percentuais do PIB, tem empresas que não conseguem sobreviver e, portanto, provisões têm que ser feitas.

E essas provisões atingiram, se você vê tem abertura dos nossos creditados, principalmente no segmento de large corporate, que é um segmento, normalmente, ou historicamente, com menores perdas, mas que, numa crise como essa, se você tem 3, 4 ou 5 casos específicos, em valores um pouco mais altos, isso acaba provocando a formação de PDDs adicionais, e foi isso que nós fizemos.

Bom, a gente termina o ano com um modelo muito confortável de provisões, com todos os casos de deterioração da qualidade de crédito que foram identificados bem provisionados, com um nível de atraso na carteira pequeno, com o segmento de middle, talvez pelo fato da nossa carteira de middle ser uma carteira jovem, ou da gente ter entrado nestes clientes já entendendo qual era o ambiente que estava se operando, ou talvez pelo fato de que, mesmo em outros bancos, o segmento de middle se comportou bem, a gente termina o ano com uma carteira muito saudável.

De maneira que nos três segmentos, no middle, no corporate e no large corporate, a gente acredita que, ao longo do ano de 2021, e desde que a economia se comporte da maneira como a maioria dos analistas está prevendo, isto é, um crescimento do PIB por volta de 3%, uma segunda onda da pandemia muito controlada, com a vacinação acelerando, com a confiança dos consumidores voltando aos poucos, uma lenta e gradual retomada da economia, eu acho que a gente pode ter um ano mais benigno do ponto de vista de perdas de crédito, para os segmentos, do que foi o ano de 2020.



No middle, é claro que, especificamente, é claro que ao longo do tempo, com a carteira se tornando uma carteira mais madura, com prazo decorrido um pouco maior e tudo, eu acho que é normal que se tenha um aumento de provisões, pelo menos no nosso modelo de negócios, quando a gente resolveu ir para o segmento middle, a gente trabalhava com um nível de provisão de perda superior ao que está sendo apresentado hoje. Então, não nos assustaria se isso acontecesse. Não estamos vendo isso acontecer no curto prazo, porque, como eu disse, a carteira está muito boa, mas quando se olha num nível sustentável, mais pra frente, pode ser que seja um pouco maior. No corporate e large corporate não. Eu acho que, como eu disse, o large corporate sofreu mais, o corporate um pouco menos, mas também temos provisão, e a gente vê o risco de hoje, ao longo de 2021, um cenário um pouco mais benigno pra esses dois segmentos.

Com relação à sua segunda pergunta, que foi a pergunta do guidance, eu me lembro que você fez uma pergunta sobre a recapitalização, que foi sobre o nível de capitalização e eu posso dizer que hoje a gente terminou o ano com um nível de Brasília muito parecido com o nível de Brasília de dois meses atrás, porém com um capital nível 1 superior ao que era e um capital nível 2 um pouco abaixo. Eu acho que é um nível de capital muito adequado, tem um certo conforto. Se você consegue cumprir o crescimento projetado para o ano, sem a necessidade de chamada de capital e tampouco de recapitalização. Então o risco de hoje, não haverá a necessidade de recapitalização de proventos ao longo de 2021. Eu não lembro agora se tinha mais algum ponto sobre guidance que você tinha perguntado ou era apenas esse?

Sra. Giovana: Não, o segundo ponto é que vocês falam que esperam que a rentabilidade volte para o nível histórico mais recente, então eu queria saber se a gente pode esperar isso já para 2021, ou se pra um horizonte um pouco mais longo.

Sr. Sergio: Olha, eu acho assim... vamos lá, você tem alguns fatores que impactaram a nossa rentabilidade mais fortemente nos últimos períodos. Um dos fatores, que é claro pra todos, é a queda da taxa SELIC, tá certo? Como a gente mesmo apresentou ao longo da conferência, hoje nós temos uma dependência em taxa SELIC muito pequena, muito menor do que foi.

Por outro lado, é consenso entre os analistas, que a SELIC atingiu a taxa mínima que deverá atingir, e que, de agora em diante, o mais provável é que tenha um processo de aumento gradual da taxa SELIC. Então, esse fator especificamente, da taxa SELIC, ele deixa de prejudicar os resultados e passa, ao longo do tempo, a beneficiar novamente, dependendo do ritmo que for imposto pela autoridade monetária. Esse é um ponto.

O segundo ponto que atrapalhou a rentabilidade nos últimos anos, no último ano, especificamente, foi o aumento das provisões pra crédito, isso eu já expliquei agora há pouco, então está claro que a gente está vendo um cenário um pouco mais benigno, olhando daqui pra frente. O terceiro ponto que tem é a restrição ao pagamento de dividendos, tá certo? Que foi imposto ano passado, pela resolução 4820, e isso acabou



impondo as restrições financeiras, vamos dizer, a restrição à utilização da dedução dos juros sobre capital próprio pra investimento, e essa restrição acabou em dezembro de 2020, a expectativa, a nossa expectativa, é que não retorna em 2021, então este fator também não estará presente.

E aí você tem a atividade normal do banco. A atividade normal do banco em que... aí você tem dois fatores principais. Um que é transformacional a médio prazo, que já começa a produzir os efeitos pra 2021, mas esse efeito é cumulativo ao longo do tempo, é o aumento da participação do middle marketing no mix total, tá certo?

O middle marketing, da maneira como nós estamos fazendo, tem um spread mais alto que o dos outros segmentos, o custo de servir desse segmento em anos anteriores era muito alto, agora, nesse investimento em digitalização que está sendo feito no banco, o custo de atender esses clientes é em níveis muito razoáveis e com tendência de melhora ainda, e os níveis de perda, como eu disse, pode até ser que subam ao longo do tempo, mas atualmente estão muito benéficos.

Com o middle marketing ganhando escala, ao longo do tempo, eu acho que isso tem um impacto positivo na nossa rentabilidade. E aí você tem um último fator, que são as novas iniciativas, tá certo? As novas iniciativas, não só no ABC Brasil, como em qualquer outra empresa, tanto do segmento financeiro, como outros, você investe primeiro e os resultados vêm depois. A gente vem num nível de investimentos bem mais forte nos últimos anos, 2019, 2020 um nível de investimento em tecnologia, não só em CAPEX, como em OPEX, aumentaram significativamente e vão aumentar novamente em 2021.

Agora, as receitas provenientes desses investimentos são espaçadas no tempo, então pode se esperar que o investimento feito comece a gerar receitas, de fato, de 18 a 24 meses depois dos investimentos feitos. Então, ao longo deste ano, a gente já está, por exemplo, com a comercializadora de energia, que começou a operar no ano passado, ela já está funcionando e esse ano deve dar algum resultado positivo. As iniciativas de Project Finance são a mesma coisa. Tivemos as primeiras operações feitas em 2020 e esperamos que deem alguma escala em 2021.

E, por outro lado, vamos ter o lançamento de novos produtos, que são a corretora de seguros, esse é mais simples, já está sendo estruturado, solicitação sendo feita ao Banco Central, e estamos estruturando uma operação de crédito consignado privado para atender aos colaboradores dos nossos clientes. Essas duas iniciativas, ao longo do ano, devem apresentar mais despesas do que receitas.

Então, eu quis te dar essa resposta mais ampla, porque você tem que entender o seguinte: os fatores conjunturais que afetaram o nosso resultado em 2020 não estão mais presentes. Então, só por conta disso, você já inicia o ano num ritmo de rentabilidade superior a 2019, mas, considerando-se ainda o nível de maturação do middle, e o investimento necessário para essas novas alternativas, eu acho que você pode esperar



que o EIA seja crescente ao longo dos trimestres de uma maneira bastante gradual. E esperamos um grande salto de rentabilidade também nos trimestres seguintes.

Sra. Giovana: Tá ótimo, obrigada Lulia.

Operadora: Nossa próxima pergunta, Victor Schabbel, Bradesco BBI.

Sr. Victor: Bom dia, Lulia, Borejo, Ricardo, demais participantes. Obrigado pela oportunidade mais uma vez. Queria só fazer um follow up em um tema que a gente tem conversado em calls anteriores e em bate-papos também. Com relação à estratégia de expansão no middle, como que vocês estão aumentando a capilaridade, a capacidade de distribuição de vocês, ponto número 1, e como que vocês enxergam isso pra frente?

E, ponto número 2, ainda nesse campo, como que vocês têm visto a evolução do cenário competitivo, porque a gente tem visto vários players falando mais e mais em entrar nesse segmento, não necessariamente no middle, talvez em segmentos um pouco inferiores ao middle de vocês, mas a gente tem visto um apetite maior pra esse tipo de risco. Vocês enxergaram um aumento da competição, uma piora do cenário competitivo, ainda não, enfim, só uma atualização com relação a essa estratégia de expansão de vocês. Obrigado.

Sr. Sergio: Bom dia, Victor. Bom, obrigado pela sua pergunta. Olha, a expansão do middle, a gente tem um plano de expansão que se baseia em três iniciativas principais. A primeira é a nossa força própria de vendas, através de gerentes de relacionamento. Nós temos hoje, acabamos 2020, com mais ou menos 60 officers no middle marketing, de um total de 120 officers. No banco como um todo atendemos três segmentos, então você tinha 60 no corporate e no large e mais ou menos 60 no middle. Essa era a conta.

A gente planeja, pra este ano, está nos planos, uma adição de mais ou menos 55 novos officers, sendo que desses, mais ou menos 40 pro middle e 13 pros outros dois segmentos. Então, a expansão num modelo mais tradicional continua sendo uma das alavancas fortes de crescimento do setor. Agora, tem outras duas.

As outras duas são uma que a gente está chamando de ABC Link, que a gente divulgou, que é basicamente uma rede de correspondentes bancários, principalmente em regiões onde o banco não pretende ter uma presença própria, por conta de escala. Você pode ter regiões que tenha lá um número de clientes que, pra um correspondente bancário seja um negócio bastante interessante, mas que pro banco montar uma agência, uma filial, não seja interessante.

Então, esse ABC Link, isso é uma iniciativa que outros bancos estão fazendo também, agora, nós estamos fazendo de uma maneira muito estruturada, quer dizer, tanto do ponto de vista de seleção desses correspondentes, de treinamento, de capacitação pra eles venderem os produtos do banco, de integração dos correspondentes aos nossos



sistemas internos, de maneira que eles possam ter uma produtividade muito semelhante à produtividade que a nossa própria força de vendas teria.

Isso é uma questão que está em teste, a gente cadastrou 8 escritórios, agora no início de janeiro. Esses 8 escritórios vão ficar durante 3 meses testando e aprimorando nossas funcionalidades, mas eu acho que, ao longo do ano, ele pode ser uma alavanca muito forte de desenvolvimento do middle, a gente não tem como quantificar isso ainda, mas, pelo número de escritórios interessados que já apareceram e continuam aparecendo, eu acho que pode ser um fator importante dentro do nosso middle.

E o terceiro canal é você originar operações com os clientes de middle market em canais de terceiros. Então, tem várias coisas que estão em estudo, e uma que nós temos sido mais vocal, porque já está também em NDP agora é, por exemplo, nós financiarmos os sellers que vendem seus produtos no marketplace, quer dizer, hoje a gente vê que isso é um segmento da economia que está muito dinâmico, apresenta uma taxa de crescimento acelerada, o número de sellers nessas plataformas tem aumentado de maneira impressionante e, conversando com os marketplaces, que são, a maioria deles clientes bons e antigos do ABC Brasil, os marketplaces mostram que, se você tiver o financiamento adequado pra esses sellers, dando a eles o fôlego que eles precisam pra vender nas plataformas, isso é bom pro seller, obviamente, é bom pra plataforma também, e é bom pro banco, porque o banco, ao ofertar o crédito nessa plataforma, ele tem acesso não somente às informações tradicionais de crédito, que são utilizados pra estabelecimento de limite, como a todas as informações dos fluxos de venda, nível de aceitação de cliente, etc., que são fornecidas pelo marketplace. Então, com tudo isso, eu acho que com força própria de vendas, com o ABC Link e com a venda de crédito em canais de terceiros, a gente pode ter uma expansão do middle bastante surpreendente este ano.

Com relação à concorrência, assim, quando olha aos entrantes, vamos dividir em duas partes a resposta, vai, de uma parte os bancos que já atuam, os bancos tradicionais, são os grandes bancos, atuam bem, conhecem esse mercado, são eficientes, estão próximos dos clientes, e aí você tem os outros bancos um pouco menores, também especializados. Bom, esse é um mercado que já existe, é um mercado que tem poucos players desses bancos mais tradicionais, e a nossa penetração é nenhuma, a gente atingiu agora BRL 2 bilhões, tendo mil clientes, a gente tem só no nosso banco de dados de inteligência de negócio já prospectados 26 mil nomes. Então você vê que é uma penetração talvez de 2 %, 3 % do universo que você acha que pode atingir.

E com relação aos novos entrantes, eu acho que eles estão se posicionando primeiramente no tamanho de empresa menor, porque os novos entrantes, eles estão: focados em pessoa física e daí o segundo movimento é ir praquelas empresas que mais se assemelham a pessoa física, empresas que têm poucos funcionários, etc. e tal. Em algum momento vão vir pro segmento que nós estamos também, todo mercado bom tem bastante concorrente. Mas eu acredito que é um mercado grande o suficiente, e que



nós temos as ferramentas pra sermos competitivos nesse mercado, mesmo com uma concorrência crescente.

Sr. Victor: Excelente, Lulia, muito obrigado, viu? Obrigado, gente.

Sr. Sergio: Obrigado a você.

Operadora: Nossa próxima pergunta, Thiago Binsfeld, Itaú BBA.

Sr. Thiago: Oi, Lulia, bom dia. Eu queria fazer duas perguntas também. Primeiro só pedir um pouco mais de detalhe no guidance, ali no crescimento de carteira expandida, esse range de 12 a 16, se puder falar um pouquinho da dinâmica de corporate versus large, pra gente entender um pouco também como que o mix evolui.

E também se puder falar um pouquinho de despesas, é que eu não sei o quantitativo, você pode dizer, né, mas quanto que o middle está afetando esse range de 16 a 18, se a gente fosse fazer um exercício excluindo os investimentos no middle, o que seria um crescimento de custo das áreas core do banco. Eu faço minha segunda pergunta na sequência, obrigado.

Sr. Sergio: Tá bom, Thiago. Eu vou responder a primeira parte da sua pergunta e a segunda eu passo pro Borejo, tá bom? Quanto ao guidance de segmentos, olha, se você pegar os nossos três segmentos, o nosso segmento de large corporate, que nós estamos até chamando internamente agora, e vamos passar até a chamar pro mercado também de CIB, que é o comercial investment banking. Por quê? Porque a gente acredita que, nesse segmento de grandes empresas, o melhor que a gente pode oferecer pros nossos clientes é mais assessoramento financeiro do que só crédito propriamente dito.

Então são empresas, todo mundo sabe, que são empresas que demandam volumes grandes de recursos, esses volumes grandes estão disponíveis nos bancos, mas estão cada vez mais disponíveis no mercado de capitais, e a gente tem uma atuação muito forte no mercado de capitais. São empresas que demandam derivativos, são empresas que demandam compra e venda de energia elétrica, são empresas que praticam muito M&A, nós estamos preparados pra isso, são empresas que têm praticado IPOs. Então eu quero dizer o seguinte, nesse segmento de large corporate não há expectativa de redução de carteira, mas também não há uma expectativa grande de crescimento de carteira, a gente não divulga um guidance individualizado, porque essas coisas acabam mudando muito ao longo do ano, mas eu posso dizer que do ponto de vista da expansão do crédito, o crescimento no segmento large corporate é muito pequeno, se ele existir.

Já no segmento corporate, o segmento corporate, que a gente chama, são empresas que faturam de BRL 250 milhões a BRL 2 bi, esse é um segmento mais tradicional do ABC Brasil, é um segmento que nós praticamos há 30 anos. E são os segmentos que têm empresas muito diferentes, porque uma empresa que fatura de BRL 300 a BRL 400 milhões é diferente de uma que fatura BRL 2 bilhões, mas mesmo assim esse é o



segmento que, até por estar no meio do caminho, entre o middle e o large, ele apresenta características dos dois. Então, por um lado ele é um segmento que é muito demandante do crédito, e crédito a spreads razoáveis, créditos, empresas que demandam um entendimento da situação de crédito, uma análise mais aprofundada, isso a gente é muito bom de fazer, então a oferta de crédito e o spread correspondente remuneraram o capital que o banco está emprestando pra esse segmento, mas, por outro lado, é um segmento que consome muito serviço, serviço de M&A, capital Market, ECM, derivativos estão presentes ali mesmo.

Então, nesse segmento, vamos dizer assim, nós não temos um guidance, mas eu imagino que você possa imaginar um crescimento de 14%, 15% no ano, que é o crescimento que nós temos apresentado nos últimos anos nesse segmento. E depois tem o middle, que a gente não tem um guidance específico, então está mais claro, o middle é um segmento que consome, obviamente, menos operações de banco de investimento, mas, pra nossa surpresa, tem consumido muitas operações de câmbio, tem consumido derivativos, então no nosso modelo de negócios, a gente imaginava uma receita vindo primordialmente de crédito, isso em parte, na verdade, mas a gente vê um aumento da participação de outras linhas de produtos que não são efetivas em capital. Então isso é um pouco a maneira como nós estamos vendo os segmentos pro ano que vem. E a parte do guidance de despesas, eu vou passar pro Borejo, que ele vai te explicar melhor.

Sr. Borejo: Oi, Thiago, bom dia. Obrigado pela sua pergunta. Fazendo aqui uma quebra do aumento de despesas, ela está muito ligada ao aumento de pessoal e tecnologia, são os principais pontos, realmente, de despesa do banco. Se a gente fosse fazer uma quebra aqui nesse aumento, seria aproximadamente o seguinte: 30%, elas viriam de novos negócios, então, o próprio consignado, o privado que o Sergio falou, a corretora de seguros, etc. ABC Link e etc.

30% viriam de aumento de força de vendas tradicional e pessoal de ponta. Como o Sergio falou, a gente alcançou BRL 2 bi de carteira de middle market, tem ainda um caminho aí, tem mais clientes pra trazer e vamos usar também nossa força de vendas própria, né?

30% viria basicamente de inovação e tecnologia, quer dizer, toda essa capacitação, pra gente capacitar o banco, pra se linkar em outras plataformas, em ecossistemas, a gente também está investindo bastante nisso. E os 10% viriam de áreas de suporte. Eu acho que essa seria uma boa quebra no guidance das despesas.

Sr. Thiago: Tá, super claro, Borejo e Lulia. Obrigado pelas respostas. Aí se vocês me permitirem mais uma pergunta, na verdade vocês já começaram a entrar no assunto agora nessa resposta, é só na estratégia do consignado. Eu sei que talvez seja um pouco cedo pra falar tamanho de carteira que vocês podem ter aqui, mas qualquer cor que vocês puderem, nos ajuda aqui a modelagem, iniciativa também, em relação a custos que é o que vocês já começaram a falar também. Eu olhava pra isso meio como uma



operação com custo variável, com condicionamento pra distribuição de terceiro, mas pelo que eu entendi da resposta, tem algum custo fixo associado ao investimento, aí, que vocês têm que fazer em produtos, pessoas. Só entender um pouco mais essa dinâmica, se é um produto que eu realmente devo olhar como um custo variável, um comissionamento, ou com uma estrutura mais tradicional de custos. Obrigado.

Sr. Sergio: Bom, Thiago, primeiro é importante falar assim, por que o consignado privado? Porque quando a gente olha pros nossos clientes, e como é que a gente pode olhar pros nossos clientes, é aquele negócio, você fala, "você não tem que pensar nas necessidades dos seus clientes, mas nos clientes dos seus clientes". E expandindo um pouco essa visão, nós estamos pensando nas necessidades dos clientes dos nossos clientes, dos fornecedores dos nossos clientes e dos colaboradores dos nossos clientes. E a gente acha que, pensando dessa maneira, a gente vai estar no final ajudando os nossos clientes, não só nas suas necessidades específicas, mas com todos aqueles que com eles se relacionam. A atividade de crédito consignado está ligada aí.

Por outro lado, do ponto de vista de risco e de análise de crédito, o crédito consignado privado, ele, vamos dizer, ele é um tipo de atividade que envolve simultaneamente análise de risco do tomador final, mas também da empresa na qual ele trabalha. Porque dependendo do segmento de atuação dessas empresas, a rotatividade é diferente, dependendo da situação financeira em que a empresa se encontra, a possibilidade de ter um processo de demissão em massa é maior ou menor, e assim por diante, então a gente acha que essa empresa, já sendo conhecida do banco, Já tendo limites de crédito aprovados aqui, a nossa assertividade na aprovação de linhas para os seus colaboradores será maior.

Por outro lado, também, a gente já tem um canal estabelecido, tá certo? Eu imagino que, dado o nível de aceitação que a gente tem e de satisfação que os nossos clientes têm conosco, não vai ser difícil para nós conseguirmos que esses clientes nos qualifiquem como um dos bancos pra oferecer essas soluções pros seus colaboradores.

Agora, que tipo de solução vai ser essa? Vai ser uma solução muito digitalizada. A gente entende que a gente pode usar os colaboradores em várias coisas. Uma coisa é simplesmente terem acesso a linhas de crédito hoje mais barato do que aquelas que estão tendo normalmente, através do crédito consignado. Outra coisa é eles poderem financiar necessidades específicas, como a realização de cursos, ou como educação, ou como troca de moradia e o que quer que seja.

Essas coisas todas, a gente pretende fazer com um nível muito intensivo de tecnologia e um nível menor de esforço humano. Agora, é claro que você tem que ter uma equipe aqui pra montar esse produto, pra desenvolver os códigos, pra desenvolver as interfaces, e uma equipe comercial, pra visitar as companhias, pra interagir com as áreas de recursos humanos das companhias, que é muito importante, pra dar um bom atendimento a elas, e pra dar, obviamente, um atendimento à força final. Mas não é um



esquema de comissionamento, nesse caso é a força própria do banco, com um uso intensivo de tecnologia, mas fazendo uma interface com recursos humanos e com os colaboradores das companhias.

Pra esse ano, eu não tenho condição ainda de te dar nenhum guidance porque essas coisas estão sendo desenvolvidos ainda. A gente pretende, no segundo semestre, já estar gerando algum tipo de receita, mas com certeza é um negócio que no ano ainda é negativo do ponto de vista de receitas e despesas pro banco. Agora, pra 2022, aí sim, com o modem já rodando, o produto funcionando, sistemas testados e tudo, a gente vai ter condição de dar um disclosure um pouco maior pro mercado.

Sr. Thiago: Tá ótimo. Muito obrigado.

Operadora: Próxima pergunta, Yuri Fernandes, banco JP Morgan.

Sr. Yuri: Bom dia, Lulia, Borejo, Ricardo, obrigado pela oportunidade. Eu tenho uma primeira pergunta sobre o guidance de middle, o guidance de SMI, eu acho que é 45 a 55, que vocês colocam, que dá um crescimento no ponto médio de 50, né? E se a gente vê a carteira que vocês terminaram o ano, em 2 bilhões, isso implica, talvez, a carteira terminando 2021 próximo de 3 bilhões, isso dá um net addition de 1 bi, que é menor que o que vocês tiveram em 2020, que vocês cresceram de 800 milhões para esses 2 bi, então 1.2 de net addition na carteira. Eu sei que a carteira middle tem um prazo médio maior, então a minha dúvida aqui, acho que pro guidance, é se esse guidance não seria talvez muito conservador, porque é o que vocês têm comentado no call, vocês têm feito vários investimentos e me parece um pouco de desaceleração versus o ano de 2020, então eu queria entender um pouquinho mais a dinâmica dessa, do guidance de crescimento pra middle. Essa é a primeira.

A segunda pergunta que eu tenho é sobre margem, acho que o NII de vocês tem sido espetacular, tem crescido muito acima dos peers, assim, acho que é óbvio que trazido pelo crescimento de volume pelo mix, mas se vocês puderem comentar um pouquinho qual que é a visão de NII, de margem pra 2021, assim se a gente deve esperar essa dinâmica forte (inaudível). Até se vocês puderem dar alguma sensibilidade pra gente, mas, assim, acho que o bottom line de margem é o NII crescendo acima da carteira expandida, pra 21, faz sentido pensar isso? E é isso, pessoal. Obrigado.

Sr. Sérgio: Tá bom, Yuri. Eu vou responder a primeira pergunta sobre o middle e o Borejo responde a segunda sobre a margem. O middle, primeiro é, 2020 foi um ano excepcional. Foi um ano em que nós crescemos, de fato, BRL 1.2 na carteira, como você colocou. Muito concentrado na segunda metade do ano, porque durante a primeira metade, a pandemia fez com que a gente segurasse um pouco essa expansão, mas também teve um vento a favor grande que foi a linha do FGI. E essa linha fez com que muitos clientes que a gente já tinha prospectado, já tinha linhas aprovadas e tudo, a gente pudesse dar créditos adicionais baseados nessa disponibilidade e acho que era



essa a intenção mesmo do governo ao estabelecer a linha e foi muito bem atendido. Em 2021, esse vento a favor deixa de existir e, por um lado, a gente já começa o ano com uma carteira maior.

Eu quero dizer o seguinte, eu estou torcendo pra sua pergunta ser verdadeira, porque a gente tem um guidance conservador aí. Agora, esse guidance, ele foi construído basicamente pensando, mais pensando em middle do que em vendas por comissários próprios. Então, quando eu respondi anteriormente para o Victor que a gente pensava a expansão do middle usando três forças, a força própria, o ABC Link e o credit to sellers, como essas duas iniciativas são coisas ainda que estão em teste e que a gente não sabe qual o nível que vai ter, a gente não colocou no guidance. O guidance se refere exclusivamente à força própria de vendas. Se essas duas iniciativas se provarem vencedoras, aí sim podemos ter uma surpresa positiva, mas eles preferiram não colocar isso ainda no guidance. E na questão da margem eu vou passar agora pro Borejo.

Sr. Borejo: Oi, Yuri, obrigado pela sua pergunta. Acho que o entendimento é esse mesmo que você falou, a partir do momento que a carteira de middle market, ela passa a ter uma representatividade maior na carteira do banco, a tendência é que a margem suba, então a gente viu isso agora no segundo semestre, mas essa carteira também veio sendo construída. Como a gente já sai de 2 bilhões de carteira e como estava escrito no próprio guidance, o crescimento da carteira de middle market, ele tende a ser maior que as demais carteiras, a tendência é que você tenha um acréscimo na margem sim.

Sr. Yuri: Beleza, obrigado pessoal.

Operadora: Lembrando que, para fazer perguntas, basta digitar *1. Novamente, para fazer uma pergunta, favor digitar *1.

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

Sr. Sergio: Gostaria de agradecer a todos pela participação nessa teleconferência. Eu acho que nós temos um ano com vários desafios pra frente, mas estamos muito animados no atingimento desses desafios e estamos todos nós aqui à disposição de vocês para qualquer dúvida que vocês possam ter. Um abraço a todos.

Operadora: A teleconferência do BANCO ABC BRASIL está encerrada. Agradecemos a participação de todos, tenham um bom dia e obrigada por usarem Chorus Call.