



[00:11] Operador – Senhoras e senhores. Muito bom dia a todos e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da BB Seguridade para a discussão dos resultados referentes ao quarto trimestre de 2020. Este evento está sendo gravado e todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da BB Seguridade. 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 gentileza, solicitar a ajuda de um operador digitando *02. A apresentação encontra-se disponível no portal de relações com investidores da BB Seguridade no endereço www.bbseguridaderi.com.br, aba informações financeiras/apresentações. Antes de prosseguir gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações sobre projeções de resultados e estratégias da BB Seguridade, feitas durante essa teleconferência, baseiam-se nas atuais expectativas da administração, não constituindo garantia de desempenho futuro, uma vez que envolvem riscos e incertezas que podem extrapolar o controle da administração. Para maiores informações sobre os resultados da companhia, por favor, acesse o relatório análise de desempenho, disponível em seu portal de relações com os investidores. Hoje conosco estão os senhores Márcio Hamilton, diretor presidente, e Rafael Sperendio, diretor de finanças e relações com investidores. Agora gostaria de passar a palavra ao senhor Márcio Hamilton que iniciará a apresentação. Senhor Márcio, muito bom dia. Obrigado pela oportunidade. Por favor, com a palavra:

[02:04] Ferreira – Bom dia. Muito bom dia a todos. Obrigado. Obrigado pela presença de todos aqui na nossa teleconferência de divulgação do quarto tri de 2020. Eu vou iniciar aqui com breves palavras para depois passarmos na apresentação. Eu acho que mais um trimestre certamente a BB Seguridade demonstrou resiliência no seu resultado, não obstante o que nós tivemos de cenário econômico bastante adverso no ano de 2020, nós estamos reportando hoje um resultado acumulado em 2020 de 3,9 bilhões, um crescimento em prêmios de seguros como um todo em 2020 de 14,8% e uma forte recuperação do mercado de previdência, da nossa arrecadação de previdência ao longo do segundo semestre de 2020, mesmo considerando toda a volatilidade de mercado que nós tivemos ao longo do ano e também algumas incertezas em relação as posições por parte dos nossos investidores. Eu queria já começar a passar rapidamente aqui uma apresentação no slide que nós colocamos. O primeiro slide que nós colocamos aqui alguns indicadores, no meu ponto de vista bastante relevantes do nosso resultado. Só para forçar alguns pontos, reforçar alguns pontos aqui importantes com relação ao fechamento. Primeiro como eu tinha colocado na tele do terceiro tri, um foco muito forte nosso no resultado operacional. A companhia focou em todos os mercados agora no segundo semestre, fortemente no resultado operacional de todas as companhias. Nós atingimos 7,5% - 2020 contra 2019, teve um crescimento do resultado operacional. E comparando com o quarto tri de 2020 com 2019 foi um crescimento de 7%, crescimento esse novamente que demonstra bastante coerência e resiliência aí dos nossos negócios, não obstante todo o processo de crise no mais forte mercado. Tivemos o prêmio total de emitidos de seguro com o quarto tri 2020 contra o de 2019 de crescimento de 21,5%. Um prestamista que nós relançamos no quarto tri com um crescimento de 64%, geral em 19% e vida em 17%, o que deu um crescimento total de prêmios emitidos de seguros de 2020 contra 2019 de 14,8%. No mercado de previdência uma forte recuperação no quarto tri com um crescimento de



11,7% contra o quarto tri de 2019, esse foi o melhor quarto trimestre desde 2016. Este é o segundo melhor quarto trimestre da história de previdência da companhia. Fez com que nós reduzíssemos o nosso gap de previdência comparando com outro ano de 10% negativo e finalizando o ano com menos 2,4% em comparação a 2019. Isso fortemente calibrado e puxado pelo excelente desempenho que nós tivemos agora no quarto trimestre. Então nós fizemos administrativas bem comportadas e com uma austeridade muito forte na gestão de todas as companhias e que nós tivemos uma despesa administrativa combinada nas empresas e um crescimento abaixo da inflação, um crescimento de 2%, 20 contra 19. E uma distribuição de dividendos em 2020 consolidado de 70% de payout que também é bastante representativo pra todo momento que nós estamos vivendo em termos de pandemia e o mercado que nós vivemos ali ao longo de 2020. Passo agora para o Rafael para ele continuar a apresentação. E no final nós vamos estar juntos aqui na sessão de perguntas e respostas.

[06:16] Sperendio – Obrigado, Márcio. Bom. Senhores. Bom dia. Iniciando na página três, nós trazemos aqui uma breve retrospectiva das principais entregas que nós tivemos ao longo de 2020. Então no primeiro tri nós demos sequência na nossa estratégia de ampliação do portfólio e operando agora com uma arquitetura aberta em termos de gestores para os nossos clientes. Então atingimos ao longo de 2020 3,7 bilhões de reais, já essa arquitetura aberta de fundos de investimento. No segundo tri tivemos aqui o lançamento do novo seguro de vida que nós intitulamos aqui como Seguro pra Vida, totalmente redesenhado, com uma ênfase maior na tangibilização dos benefícios do produto em vida, além de toda uma jornada mais simplificada, não só para o cliente que está comprando como para o vendedor que está vendendo esse produto. Então nós tivemos com esse lançamento desse novo Seguro pra Vida uma ampliação na venda por meio de canais digitais. Aumentaram em 3,5% pontos percentuais em relação ao portfólio anterior, participação em venda em canais digitais e tivemos em 2020 353 milhões de prêmios emitidos neste produto. No terceiro trimestre tivemos aqui a expansão do seguro pecuário e faturamento para dez estados e mais três, 1400 agências do Banco do Brasil e o início das vendas do seguro agrícola para o público do Programa Nacional de Agricultura Familiar. Nós expandimos o nosso público. Antes esse público não era atendido com seguro agrícola. O aumento da subvenção federal foi de grande valia para a ampliação deste público alvo e tivemos aqui 70 milhões de reais em prêmios emitidos para esse novo produto, para esse novo público. Em capitalização tivemos em setembro a readequação do portfólio e alongamento do prazo médio da carteira. Também comentando, nos últimos dois anos nós iniciamos essa estratégia de alongamento da carteira, justamente para nos adaptarmos a esse ambiente de taxa de juros mais baixa. E, por fim, no quarto trimestre nós lançamos em outubro um novo seguro prestamista, as novas modalidades de contratação, ofertas de coberturas, desde o lançamento até dezembro. Só em três meses aqui nós já fizemos 380 milhões em prêmios contratados. Previdência também no quarto trimestre nós tivemos aqui o lançamento das carteiras em movimento. Capturamos aqui 234 milhões nesse novo portfólio, que é um portfólio mais dinâmico. O cliente escolhe o perfil de risco e a carteira se adapta de acordo com as oportunidades no ambiente econômico, buscando sempre a maximização de geração de valor para o cliente e dado aquele perfil de risco selecionado. Então se ajusta automaticamente sem a necessidade do cliente ter que estar fazendo

rebalanceamento de portfólio, de acordo com um contexto macro. E tivemos também o lançamento de novos fundos em dezembro. Maior valor agregado, melhor exposição a renda variável. Essas foram as principais iniciativas, as principais entregas que nós tivemos ao longo do ano de 2020 mais relacionadas a produtos. Quanto a diversificação de canais, reforçando aqui aquela iniciativa que partiu em 2019 que expandiu em 2020, então que se relaciona a seguros agrícolas para áreas que não são atualmente financiadas pelo Banco do Brasil. Em 2020 nós emitimos 163 milhões em prêmios de seguro agrícola para áreas não financiadas pelo Banco do Brasil e já alcança uma representatividade significativa no nosso portfólio, em torno de 10% dos prêmios agrícolas emitidos em 2020. A captação de previdência fora do canal bancário também teve um crescimento expressivo, 75% em relação a 2019. Ela atingiu 500 milhões de captação. E, por fim, a expansão digital que é algo que nós vimos ressaltando bastante em todas as conversas com o mercado, o nosso foco é muito grande na expansão de distribuição por meio de canais digitais. Em 2020 a nossa participação de vendas nos canais digitais atingiu 12%, crescendo 14,3% sobre o ano anterior e dando sequência também na sofisticação que nós vimos implementando com implementação de técnicas de experiências do usuário em UX, Jornada, Copyright e etc., 42% de cada jornada se encontram classificados como alto nível de digitização. Muitos são jornadas que implementam aí as melhores práticas de UX, que agregam funções negociais. Então 42% do total já estão nesse alto nível. Na página quatro nós temos aqui alguns detalhes da nossa atuação no campo de sustentabilidade. Sempre é bom ressaltar que a BB Seguradora é uma empresa jovem. É por isso que o foco maior desde abertura de capital foi no pilar de governança, o que é natural aí dentro do contexto de ASG. Então desde a adesão ao novo mercado, na abertura de capital, adesão ao programa de destaques de governança de empresas estatais, a criação do Comitê Estatutário de partes relacionadas com o voto afirmativo do membro, indicado pelo minoritário do Conselho de Administração. Tudo isso foi feito sempre buscando fortalecer a companhia no pilar de governança. E mesmo sendo uma empresa jovem, eu queria ressaltar aqui que o nosso modelo de negócio tem uma vocação natural para a sustentabilidade, seja na previdência por meio da gestão de patrimônio, buscando uma aposentadoria tranquila para os nossos clientes, seja na capitalização utilizando o múltiplo do sorteio para convencer aqueles clientes que não se sentem atraídos pela loteria, convencê-los a iniciar uma poupança. E no seguro, principalmente aí oferecendo proteção aos clientes e familiares. Em relação a seguros em 2020, os sinistros da vida, os sinistros por morte decorrente de Covid somaram 176 milhões. E já foi destinado ao amparo da família dos clientes que porventura vieram a faltar por conta da doença. As indenizações aos produtores rurais, que mais da sustentabilidade desse negócio e a contribuição desse negócio tão importante para o produto interno bruto do país, as indenizações aos produtores que tiveram de alguma forma sua produção afetada por eventos climáticos somaram 1,6 bilhão de reais em 2020. E com tudo isso, apesar de ser uma vocação natural, nós vimos intensificando ainda mais a nossa atuação nos pilares ambiental e social. No ambiental nós estamos aqui em constante evolução nos mecanismos de avaliação de riscos ambientais na subscrição do seguro agrícola que faz cruzamentos por meio de georreferenciamento e também com o cadastro ambiental rural, para certificar obviamente se o produtor não está produzindo em área ilegal ou algo similar. Atuamos também com seguro para reflorestamento. E o nosso seguro



residencial que oferta assistência para descarte inteligente. Em previdência a Brasilprev é signatária dos princípios globais de investimentos responsáveis atuando também no portfólio de gestão com investimentos em viés ASG. E dentro também do nosso escopo da agenda de sustentabilidade, nós continuamos aqui expandido a iniciativa de inventário e compensação das emissões de carbono por todas as empresas do grupo. E no aspecto social, o principal destaque de 2020 foi a doação de 40 milhões de reais para o combate ao Covid-19. Alcançou aqui mais um milhão de pessoas. Temos também a nossa atuação por meio de projetos sociais voltados à educação financeira. É o EDUCAP lá na Brasilcap e o Vida na Ponta do Lápis, na BrasilPrev e falando de produtos em 2020, além do título de capitalização parcela premiável, uma parte do recurso que vai para a AACD, nas lançamos também o Doadin, que é um título de capitalização com o objetivo de arrecadar recursos para entidades beneficentes. E, por fim, no pilar de governança onde nós sempre temos algo para aperfeiçoar, o foco tem sido mais um aperfeiçoamento dos nossos reportes e alinhamento e integração da agenda ASG entre todas as empresas do grupo. Nós acabamos de criar o nosso Fórum ASG que deve unificar não só o reporte como a própria estratégia relacionada à sustentabilidade do grupo BB Seguridade como um todo. Bom. Esses foram os principais destaques no âmbito do ASG ao longo do exercício de 2020. E começando a falar de resultado, na página cinco nós trazemos aqui dois gráficos com duas visões diferentes para tentar enxergar o que é a composição do nosso lucro, mas como esse lucro cresce ao longo do tempo de forma mais sustentável. Então trazemos aqui a primeira visão do lado esquerdo, a segregação do efeito do descasamento temporal na atualização do passivo dos planos tradicionais na Brasilprev. Os senhores bem sabem que esse mero efeito temporal que não tem impacto econômico algum na companhia. O que se perde ou se ganha em um mês se compensa no mês seguinte. Esse efeito soma zero no tempo. Então segregando o efeito descasamento temporal do IGP-M, que é só um ruído, ao invés de uma queda de 19% no (inint) [00:17:07] de 2020, teríamos uma alta de resultado de 7%, como os senhores podem ver nessa barrinha amarela. Essa barrinha amarela segregava um efeito descasamento temporal do IGP-M. Então o lucro no quarto tri de 2020, excluindo esse efeito que deve ser compensado no mês de janeiro, seria de 1,1 bilhão, uma alta de 7% em relação ao lucro e 1 bilhão no quarto tri de 2019 também segregando esse efeito. Em 2020, no exercício como um todo, segregando esse efeito, teríamos uma redução do resultado de 5% e não de 10% que seria o resultado recorrente aqui, incluindo esse efeito de descasamento. Então segregando este efeito, uma queda de 5%, resultado de 3979 bilhões de lucro líquido ajustado por esse efeito. No gráfico do lado direito nós trazemos uma visão diferente, que é uma visão que é comparando resultados ou estruturas de fato comparáveis. Então nós eliminamos não só o descasamento temporal, assim como feito na análise anterior, mas nós também tiramos do resultado alguns efeitos em ambos anos para trazer esse resultado de forma comparável. Então em 2019 nós segregamos aqui a contribuição de resultado de equivalência do IRB para o resultado que foi de 120 milhões, 119 fica mais preciso. Como nesse ano nós não temos IRB na composição do portfólio, seria mais justo uma comparação excluindo esse efeito para entender como o resultado variou de fato em 2020 em bases comparáveis contra 2019. Fora isso também teve o efeito, e os senhores vão lembrar, que os proceeds que nós tivemos do IRB com a venda da participação lá em meados do ano passado, eles ficaram no nosso caixa até a distribuição que aconteceu de início



desse ano. Por uma questão regulatória nós não conseguimos distribuir esse resultado em 2019. Então ele foi distribuído no início desse ano. Fora isso teve o excesso de captar, que foi feita uma redução desse capital, que também foi distribuído no início de 2020. Também por questões regulatórias nós não conseguimos restituir capital para os acionistas no próprio exercício de 2019. Então ambos os recursos rentabilizaram o caixa em 2019 e não estão rentabilizando esse caixa em 2020. Então nós fazemos uma premissa aqui assumindo este efeito, como se tivesse permanecido no nosso caixa em 2020 rentabilizando a SELIC média do próprio exercício de 2020 o e quanto seria. Então nós observamos segregando esses efeitos e trazendo o resultado para bases comparáveis a queda do lucro que teria sido de apenas 1,3%. Então eliminando todo o ruído, uma queda de 1% em um ano extremamente difícil como resultado financeiro muito mais baixo, taxas historicamente mais baixas, em um ambiente de pandemia. O fato é que foi um resultado bastante robusto. Na página seis nós abrimos a composição desse resultado nos seus dois principais componentes aqui. O resultado operacional como o Márcio falou no início da apresentação crescendo aqui 8%. Aqui tem uma pequena diferença de conceito. Dá para enxergar aqui ambos os componentes somando o que de fato foi o lucro do período. Nós só segregamos aqui o efeito de tributos. Então esse resultado operacional que nós estamos mostrando nesse gráfico do lado esquerdo já é líquido de impostos. Por isso o crescimento é um pouquinho maior do que aquele que o Márcio falou no início da apresentação, oito e não sete e meio. Sete e meio é antes de impostos. E o ano contra ano, no quarto trimestre, crescimento operacional foi de 14% ainda mais forte. Os principais drivers aqui de operacional ao longo de 2020 foram não só, obviamente, o efeito mais direto advindo de uma forma de comercial excelente, principalmente no segmento de seguros, como também no próprio controle que nós tivemos das despesas administrativas, mas não sendo ainda a empresas novas que nós temos no portfólio em expansão, as despesas administrativas combinadas no grupo como um todo, cresceram só 2%. Bem abaixo da inflação do período. Então o desempenho comercial, somado a um controle nas despesas administrativas, contribuíram para esse forte aumento do resultado operacional, mesmo em um ano de pandemia e reforçando aquele nosso compromisso que eu sempre ressalvo, que é de crescimento do resultado operacional. O momento financeiro é muito mais uma consequência aqui no casamento de ativos e passivos. Nós não tomamos risco no financeiro e aí como os senhores podem ver no gráfico do lado direito, o financeiro teve uma queda de 82% em 2020 atingindo aqui a menor representatividade para o lucro líquido na história da BB Seguridade, só 4,1%. Isso nos leva a crer que estar aqui praticamente no piso de contribuição do resultado financeiro que é o lucro, o que nós podemos inferir que daqui para frente nós temos muito mais upside que aqui porque dá um downside desses níveis. No quarto trimestre desse ano o resultado financeiro foi negativo em 109 milhões, que aqui teve um impacto importante da alta do IGP-M no final do ano, principalmente nos meses de novembro e dezembro. Até acabou impactado a atualização dos ativos e passivos do plano tradicional do benefício definido lá na Brasilprev. Então exclusivamente devido a isso esse resultado financeiro negativo. As demais companhias tiveram bom desempenho, dado as circunstâncias de uma Selic mais baixa. Na parte dessa Selic mais baixa foi compensada por uma marcação do mercado positiva, principalmente na exposição mais curta e média. Falando de negócio a negócio agora nas principais linhas na página sete, entenda aqui que seguros, prêmios



emitidos cresceram 21% no quarto trimestre. No exercício o crescimento foi de 15% apesar da pandemia. Essa performance até superou aquilo que nós tínhamos de expectativa no intervalo do Guidance divulgado antes da pandemia. E aqui só fazendo um reforço naquele intervalo que nós divulgamos e foi suspenso por conta da incerteza relacionada à pandemia da Covid, nós teríamos ficado dentro de dois daqueles indicadores. No resultado operacional teria ficado bem. E para prêmio emitido teria inclusive superado. Só é bom lembrar que aquela ranger anterior era de 5 a 10% de crescimento e entregamos 15%. O principal destaque no quarto trimestre foi prestamista. E aí, obviamente, como eu falei no início da apresentação, o lançamento do novo produto ajudou bastante aí na redução de cancelamento, contribuiu muito para esse aumento no quarto tri, ano contra ano. E o rural que foi o destaque aí ao longo de 2020 como um todo, crescendo 19%. Esses foram os dois principais drives do quarto trimestre. No ano como um todo não foi diferente. As duas linhas aqui prestamistas de 22 e rural 23% no ano. E a Vida crescendo 5,2% na representatividade. Foram os principais drivers de 2020. Falando dos indicadores operacionais aqui na página oito, a sinistralidade no quarto trimestre teve uma alta. Aí aqui os principais fatores que levaram a essa elevação da sinistralidade no quarto tri ano contra ano foi, obviamente, como é do conhecimento de todos, os impactos relacionados à Covid-19 e o impacto se deu nos produtos com cobertura de vida. E, além disso, nós tivemos um efeito no agrícola em decorrência de estiagem no Centro-Sul por conta do evento climático aqui La niña. No ano fechado a sinistralidade teve uma alta de 1,7 pontos e aqui o principal fator que levou a essa alta, vamos dizer aqui quase que exclusivamente, foram os sinistros relacionados a Covid de alguma forma. Não fossem esses sinistros a semestralidade seria caído aqui (inint) [00:26:29]. O comissionamento no quarto tri teve uma redução no ano contra ano. Essa redução foi motivada praticamente por conta de uma performance do seguro vida inferior a performance que o produto vida produtor rural teve em 2019, ano contra ano. E aqui é sempre bom lembrar, em 2020 nós tivemos uma alteração no modelo de apuração do bônus de performance. E aí focava anteriormente até 2019 nos produtos Prestamista e Vida Produtor Rural. Para 2020 nós fizemos uma mudança. Saiu o Vida Produtor Rural e entrou o produto Vida Tradicional. Então por conta desse desempenho que eu falei mais forte do Vida Produtor Rural em 2019 comparado ao que o portfólio Vida Tradicional teve no quarto tri 2020. E isso levou a um reconhecimento menor de bônus de performance e a queda no controle no índice de comissionamento. Por outro lado, isso não se repetiu para análise de 2020 como um todo. Para 2020 como um todo o desempenho do Vida Tradicional e do Prestamista acabaram levando aqui um reconhecimento desse bônus de performance superior ao reconhecimento de ponto de performance que nós tivemos em 2019 quando 452 milhões de bônus de performance e alta de 1,2 % ano contra ano, no exercício, e por isso o comissionamento subiu 0,7 pontos. Despesas gerais e administrativas nós tivemos uma redução ano contra ano, no quarto trimestre, com menos despesas relacionadas à publicidade, despesas de pessoal e com fundo de estabilidade seguro Rural. E no exercício também nós tivemos uma queda de 0,9 ponto percentual motivada também por menos despesas com o Fundo estabilizador de seguro Rural e menos despesas com localizações de funcionamento. Aqui praticamente despesas relacionadas a deslocamento em viagem de serviço contribuíram bastante para essa redução do índice de G&A em 2020. E é resultante desses movimentos. Aqui fica refletido no índice combinado. Essa redução



de índice de funcionamento no quarto tri contribuiu para a melhora do índice combinado somado também a melhora do índice de G&A. No ano ele apresenta um aumento. Esse aumento vem da sinistralidade, como mencionei anteriormente. O resultado financeiro aqui, impacto direto da redução da taxa SELIC, uma queda de 10% no ano contra ano no quarto tri de 27% no ano. Muito embora essa melhora que nós tivemos aqui no índice combinado no quarto trimestre devido ao aumento dos prêmios ganhos contribuíram aqui para a elevação do lucro no quarto tri comparado aqui quarto tri 2019 no exercício com um todo em 2020, nós observamos aqui que a redução das despesas administrativas com o aumento do prêmio ganho quase que compensaram a queda de 27% do resultado financeiro e levaram o lucro ao crescimento de 2% no ano. Na página nove nós temos aqui os principais destaques de desempenho na nossa operação de previdência. Então no quarto tri de 2020 como o Márcio mencionou no início da apresentação, nós tivemos o segundo melhor quarto trimestre. Adicionalmente tivemos aqui o segundo melhor mês de captação da Brasilprev em dezembro e com isso a arrecadação cresceu 12% ano contra ano lá no quarto trimestre. No ano teve uma queda de 2%. E aqui fortemente impactada por todas as circunstâncias da pandemia no segundo trimestre principalmente. E isso explica uma grande parte dessa queda de arrecadação no ano de 2020. Em termos de captação líquida nós tivemos uma queda de 13% ano contra ano no quarto tri motivada aqui pelo aumento do índice de resgate. E aqui foi totalmente explicado pela boa atividade que tivemos no fundo de renda fixa, principalmente no mês de outubro. E no ano como um todo, a captação líquida caiu 26% em decorrência dessa redução que eu mencionei anteriormente dos 2% na arrecadação. O aumento nos resgates. Esse aumento se deu por toda a volatilidade que impactou o mercado de renda fixa, principalmente o final do primeiro semestre. Mas ainda assim é sempre bom lembrar que em 2019 esse foi o nosso pico histórico de índice de resgate. Mesmo o (inint) [00:31:36] está totalmente aqui alinhado aos níveis mais baixos de índice de resgate na história da Brasilprev. Reservas de previdência cresceram 6% nos últimos 12 meses chegando aí a 308 bilhões de reais. Fizemos uma campanha bastante forte no mês de outubro para trazer novos clientes para a base, principalmente com o mote aí do plano Brasilprev Junior. E em 2020 nós trouxemos 136 mil novos clientes para a base da Brasilprev. Com relação a principal fonte de receita da companhia, as receitas com taxa de gestão cresceram 5% ano contra ano no quarto tri, um aumento de um ponto base na taxa média e no ano 6% de aumento com uma redução de dois pontos base ou 0,2 pontos percentuais na taxa média de gestão. Nesse contexto é sempre bom reforçar toda a estratégia que nós temos feito de diversificação de portfólio e na ampliação da exposição maior a riscos ou trazer mais valor agregado para os clientes. A nossa captação líquida em fundos multimercado cresceu em 28% ao longo de 2020. E a representatividade desse tipo de investimento no total de ativos sob gestão ela sai de 9% para 3% ao total no final do ano. Isso além destes pontos que nós tivemos com relação à receita nós tivemos também um bom desempenho no contexto de despesas. O índice de eficiência melhorou 4,2 pontos percentuais ano contra ano no quarto trimestre e 2,3 pontos percentuais de melhora no exercício de 2020. E, por outro lado aqui, o resultado financeiro acabou sendo o principal vilão, vamos me chamar assim, do resultado da Brasilprev, então tivemos um resultado negativo financeiro de 298 milhões por conta dessa alta do IGP-M no final do ano. E por conta dessa elevação de 23% do IGP-M no exercício no ano todo tivemos resultado financeiro



negativo de 279 milhões na Brasilprev no exercício de 2020. E esse fator exclusivamente aqui explica a queda do lucro de 70% ano contra ano no quarto tri e 35% ano contra ano em 2020, uma vez que operacionalmente a companhia foi muito bem. Passando para a capitalização na página 10, tivemos uma redução de 20% na arrecadação no contra ano no quarto trimestre de 11% em 2020. Aqui está bastante relacionado mesmo o nosso orçamento já era esperado uma queda da arrecadação de capitalização mesmo antes da pandemia em virtude do alongamento do portfólio e também da ênfase maior, que como os senhores podem ver aqui no gráfico ao lado direito, no canto superior, o aumento da participação de títulos de pagamento mensal no total de arrecadado. Por conta disso, obviamente que esse tipo de pagamento de produtos em pagamento então eles são bem menores, em torno de dez vezes menores do que o ticket nos planos de pagamento único. E isso tem impacto sim direto na arrecadação. Por outro lado, a receita não caiu no mesmo ritmo, uma vez que com esse portfólio mais novo a companhia tem mais liberdade de gestão e consegue se apropriar de uma parcela maior da taxa de carregamento. Então isso acabou conferindo bastante com a geração de resultado operacional para Brasilcap, o exercício de 2020. O resultado financeiro também teve um bom desempenho, 13% de aumento no quarto tri, ano contra ano, principalmente com uma redução na despesa financeira relacionada à taxa de administração dos recursos. A mesma explicação se repete para 2020. Alta de 24% aí com esse aumento no resultado operacional e também com a melhora no resultado financeiro decorrente de redução das despesas financeiras, o lucro cresceu 82% ano contra ano, quarto tri, e cresceu 57% no exercício de 2020. Passando para corretora, as receitas de corretagem tiveram uma queda de 2% no ano contra ano no quarto tri. Aqui totalmente relacionada a explicação que eu fiz na Brasilseg por conta de um menor volume de bônus performance em um período especificamente. Mas no ano como um todo a receita de corretagem cresceu 6% não só por um reconhecimento de um modo de performance acima do que nós tivemos em 2019, mas também como um desempenho excelente que tivemos nos produtos de seguro como em termos de venda, principalmente prestamista e rural. A margem líquida caiu 1,5 percentual no quarto tri ano contra ano e 0,8 no exercício e que a explicação está totalmente relacionada a redução da taxa média SELIC, uma vez que a totalidade dos recursos financeiros estão vinculados à TMF, então por isso essa redução da margem líquida no comparativo, ou seja, anual ou ano contra ano no quarto tri. E isso também explica o lucro crescendo a um ritmo menor do que as receitas, praticamente aqui totalmente impactado pelo resultado financeiro. Por fim, página 12. Fazemos aqui a nossa projeção para 2021. Então nós optamos por manter os mesmos indicadores que nós tínhamos em 2020, uma vez que na visão da administração são indicadores que refletem de fato a geração, a capacidade de geração de resultado da companhia no longo prazo. O primeiro indicador traz aqui o nosso objetivo principal que é o resultado operacional não juros. Aqui para efeito de conceito nós apenas segregamos as despesas da holding que são residuais aqui e nós consideramos a variação da geração de resultado operacional de todas as operações, seja na subscrição, na gestão de ativos, como na distribuição. Então a expectativa de um crescimento de 8 a 13% para 2021. É sempre bom lembrar que nós vimos de um crescimento de 13% em 2019 de 7,5%, aqui um crescimento de 20,5% no acumulado de dois anos e para 2021 a expectativa é crescer 8 a 13% em cima desse crescimento de 20% acumulado nesses últimos dois anos. Prêmios emitidos nós



estamos com uma expectativa de crescer 7 a 12% em 2021. E para reservas de previdência a expectativa de crescimento passa a 7% no exercício de 2021. Esses são os principais indicadores que nós acompanhamos aqui na gestão e queremos sim trazer para o mercado para acompanhamento. Para finalizar a apresentação, na página 13 nós trazemos aqui as nossas quatro prioridades para 2021, que é o foco na experiência do cliente, crescimento no resultado operacional que está aqui enfatizado no nosso guidance para o ano, à expansão para os nossos canais e a expansão da nossa atuação por meio de canais digitais. E aqui os cinco principais destaques para esse ano. Então, Seguros. Damos continuidade na revitalização do portfólio. Nós vamos trazer novas soluções de negócios e novas funcionalidades com uma ênfase maior no segmento de pessoas e patrimônio, incluindo aqui o público de pessoa jurídica. Para a Previdência, consolidação desta carteira, o movimento, houve o portfólio que foi montado no final de 2020. E o movimento ainda continua forte, ainda bastante intenso de realocação de artigos de maior exposição a fundos multimercados em conjunto aqui com o movimento concomitante com a ampliação da arquitetura aberta. Novos canais. Nós aqui continuamos mantendo a nossa atuação com mais ênfase aqui em rural e previdência, uma situação na atuação por meio de cooperativas rurais. Em previdência priorizando soluções digitais e conquistas. Conquista de novos clientes. Transformação digital dando continuidade aqui na modernização tecnológica e desenvolvimento de novos modelos de negócios, com foco em maior flexibilidade operacional, agilidade no lançamento de nossos produtos e, obviamente, aqui então distribuição, conectividade a canais parceiros e experiência do cliente, o aumento na adoção de inteligência analítica embarcada em produtos, serviços e processos, sempre, sempre buscando aqui melhorar a experiência do cliente e a essência operacional do grupo como um todo. Bom. Com isso eu encerro por aqui a apresentação e podemos passar para a seção de perguntas e respostas.

[41:55] Operador – Muito bem. Senhoras e senhores. Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digite *9 no seu telefone. Muito bem. A primeira pergunta será do Otávio Tanganelli do Credit Suisse . Otávio. Bom dia

[42:27] Otávio Tanganelli, Credit Suisse – Oi pessoal. Bom dia. Minha dúvida é rápida. Na verdade, só sobre o guidance. Se a parte operacional ali no ponto médio está crescendo perto de 10%, eu queria entender um pouco como que vocês estão pensando também a parte financeira, como que deveria entrar aí no balanço que vocês vão ter provavelmente 1,2 bi de caixa a menos aí, mas talvez com uma SELIC média mais alta durante o ano. Assim no fim do dia é possível nós vermos o lucro crescendo perto de 10% também?

[43:03] Sperendio – Bom. Otávio. Obrigado pela pergunta. Nós estávamos falando, Em razão e em relação ao resultado financeiro nós acabamos sendo expressamente conservador nas estimativas aqui durante a elaboração do orçamento de 2021. Obviamente, as informações que nós tínhamos acerca de taxa de juros, índices de inflação no final do exercício. Então nós consideramos, obviamente, uma SELIC média mais baixa do que hoje se repete em um consenso de mercado, de acordo com os dados que foram publicados hoje no boletim Focus do Banco Central. Um ponto que é bastante crucial para a questão do bem resultado financeiro, fora a SELIC seria o



desempenho dos índices de inflação e, principalmente o descasamento entre eles, IGP-M contra o IPCA. Então embora nós não tenhamos o resultado financeiro como o guidance mesmo, a última linha como o guidance, nós entendemos aqui que nós chegamos num nível talvez mais baixo de contribuição para o resultado financeiro e, para o lucro líquido da Seguridade da história a. É possível, nós temos muito upside, do que de downside, quando nós comparamos com o que tivemos anteriormente. Infelizmente, eu não consigo dar muito detalhe porque nós não temos a guidance de lucro de resultado financeiro. Mas a princípio, tudo indica que nós tenhamos um ambiente que te traz resultado financeiro melhor do que o que nós tivemos em 2020.

[45:01] Otávio Tanganelli, Credit Suisse – Está claro Rafael. Obrigado.

[45:07] Operador – Muito bem. A próxima pergunta será do Domingos do J. P. Morgan. Domingos. Bom dia.

[45:18] Domingos Falavina, J.P. Morgan – Bom dia Sperendio e todo mundo. Eu fiquei com uma dúvida aqui só com relação a esse resultado financeiro na Prev. O quanto que você separaria, Rafael, que é um mês versus o delta de IGP-M e IPCA? Porque uma parte disso deve voltar, a parte que é o descasamento mensal ela volta. Então quando nós falamos o ano inteiro eu acho que foi algo em torno de 200 milhões de reais, conseguiria entender um pouco aqui, 98, perdão, se tem alguma coisa nele que já está contratado, assumindo que o IGP-M e IPCA ficassem estáveis em 21? E a segunda pergunta é assim. Assumindo também na estabilidade IPCA IGP-M, esse resultado financeiro ele deveria voltar a ser positivo por um tempo. Então tende a existir esses benefícios definidos. Sei lá. No fim isso aí deveria tender a zero para perpetuar a Previdência? Obrigado.

[46:25] Sperendio – Obrigado pela pergunta, Domingos. Bom. Com relação ao impacto do resultado financeiro só do exercício como um todo lá na Brasilprev, a maior parte dele veio ainda do descasamento de indexador e não do temporal. Quando nós olhamos 23% de IGP-M contra 4% do IPCA, grandes números aqui, isso acabou sendo bastante prejudicial no resultado financeiro na Brasilprev. Seria aqui uma conta que eu não tenho número exatamente de cabeça aqui, mas uma conta bastante por cima tomando por base os dados que nós divulgamos aqui na página cinco da apresentação. Seria algo ali em torno de 270 milhões o impacto ou o descasamento temporal em 2020. Isso antes do imposto. E na Brasilprev sem considerar a nossa participação. Aí a parcela remanescente foi descasamento do mercado. Foi maior talvez. Aqui a maior discrepância entre esses índices na história da Brasilprev. Na Brasilprev com certeza foi. Com relação a sua segunda pergunta. Obviamente o resultado sim, deve voltar para o campo positivo. À medida que o IGP-M se normalizar em um patamar mais, vamos chamar assim, razoável e mais próximo do IPCA, o que foi a tendência, sempre foi a tendência histórica entre esses dois índices, de certa convergência no tempo, esse resultado deve voltar a ser positivo. Uma vez que ainda como nós temos perto da metade do nosso portfólio em NTN-C. Então NTN-C representa ainda uma parcela significativa do portfólio com vencimento em 2031 e acima do custo do passivo. Bem acima do custo do passivo. Então, por isso, nós acreditamos que à medida que o IGP-M se normalize, se aproxime novamente do IPCA, esse resultado financeiro ele volta a ser positivo, mas não no mesmo patamar do passado, mas ele vira positivo novamente.



[48:52] **Domingos Falavina, J.P. Morgan** – Ficou claro. Obrigado, Sperendio.

[48:55] **Sperendio** – Obrigado.

[49:00] **Operador** – Muito bem. Temos aqui mais uma pergunta da Mariana Tadeu da UBS. Mariana. Bom dia.

[49:09] **Mariana Tadeu, UBS** – Obrigado pela oportunidade de fazer pergunta. Aqui no final da apresentação vocês comentaram um pouco que o foco em 2021 deve ser novos canais e transformação digital. Se puderem dar um pouquinho de mais detalhes em relação a canal digital. Quanto que ele representou em 2020 do total das vendas de vocês e quanto vocês acham que pode representar daqui uns cinco anos? Obrigada

[49:37] **Sperendio** – Mariana. Rafael falando. Obrigado pela pergunta. Bom. As vendas por meio de canais digitais elas representaram 12% do total em 2020. E todo esforço tem sido feito para aumentar essa representatividade. Obviamente quando se fala em seguros, de uma forma geral, comparado a outros produtos financeiros, nós temos um desafio adicional, que é um desafio bastante relacionado à cultura. As pessoas estão acostumadas a produtos financeiros de crédito, fazer gestão de ativos ou mesmo utilização de cartão de crédito e etc., produtos relacionados, que elas estão mais acostumadas a fazer isso de forma digital. Não estão tão acostumadas assim a comprar produto seguro, para proteção, de forma digital. E para isso nós temos que... normalmente é preciso uma assessoria para escolher melhor a cobertura para o seu seguro vida, o melhor nível de contribuição para o seu plano de previdência para garantir a sua aposentadoria futura e acompanhar a mudança no perfil, seja de risco ou seja mesmo o perfil de renda do cliente. Então essas vendas no digital, e por isso nós temos investido bastante tanto em copyright, tanto em experiência do usuário para tentar induzir o comportamento do cliente para aquele produto que melhor se encaixa nas suas necessidades. E também, a depender do momento, pode depender do grau de sofisticação, nós disponibilizamos o atendimento de um ser humano para poder finalizar o negócio se o cliente ficar com alguma dúvida naquele processo de contratação. Então eu cheguei falar na apresentação, a simplificação do portfólio que hoje produto de vida, por exemplo, tem três opções. A jornada digital foi toda reformulada para deixar bem claro qual que é a diferença entre essas três opções. Então um leque menor de opções de forma bastante bem definida e bem clara a diferença entre elas para o cliente conseguir enxergar ali e se encaixar e ver qual que é o produto que encaixa melhor às suas necessidades. Então por conta dessa questão que foca muito mais na educação, seja de poupança ou da cultura de proteção, nós precisamos facilitar esse caminho, facilitar essa jornada para o nosso cliente. Então tem uma boa parte do nosso investimento que está sendo direcionado para isso. E quando nós falamos de TI de uma forma um pouco mais ampla, alguns investimentos relacionados à infraestrutura que é a capacidade, a BB Seguridade focou demais nos últimos anos muito na geração de negócios no canal do Banco do Brasil e para nós expandirmos essa atuação e diversificar para os nossos canais nós utilizamos também um investimento muito grandes na infraestrutura, seja para reduzir o nosso time to market, seja para dar mais flexibilidade. E como eu falei na apresentação também, conectividade com os nossos parceiros. Então nós estamos fazendo investimento muito grande.



Hoje em termos de Capex é o maior da história da companhia, que é algo que nós estamos pretendendo fazer para 2020 para contemplar todos esses investimentos relacionados a TI, tanto de infraestrutura como de conectividade, seguridade e a experiência do cliente como um todo. Meta para 2021 nós não temos. Lógico que a nossa intenção é, obviamente, continuar crescendo. Esses 12% cresceram 14,3% em relação a 2019. Mas nós não temos uma meta, um guidance passar para o mercado relacionado a participação de vendas em canais digitais.

[53:43] Ferreira – Só complementando aqui novos canais. Também, Mariana. Márcio Hamilton falando. Obviamente que isso aqui também passa por novas parcerias. E nós já temos algumas parcerias com algumas cooperativas para poder fazer a distribuição de produtos mais voltados para o rural. Previdência também está fazendo e sinalizando com algumas parcerias também para poder trazer outras plataformas, colocando o seu produto de previdência. Então o que nós queremos também é ampliar essa posição também de estar distribuindo os nossos produtos em outras plataformas e outros parceiros. Isso obviamente que não tira em nada o nosso foco do nosso balcão principal que é o Banco do Brasil, mas ele entra em médio prazo complementando a nossa estratégia de expansão de canais também. E outro ponto que o Rafael colocou com relação a questão da transformação digital. Eu só queria reforçar, pensando na sua pergunta, que é bastante importante para nós que é a experiência do cliente. Então o cliente poder entrar, ter um acesso amigável, ele tenha condições de se auto atender, que ele tenha condições de esclarecer e se ele não tiver ou tiver alguma dúvida que ele tenha uma assessoria direta para poder tirar as suas dúvidas é o que nós devemos investir também fortemente nesse processo. Como tem uma apresentação hoje nós já temos 42% da nossa jornada à nível de digitização diferente do que nós tínhamos no passado. Nós queremos continuar investindo e vamos continuar investindo fortemente nisso para que o cliente tenha a melhor experiência possível dentro de um processo que vai ser, no meu ponto de vista, evolutivo do ponto de vista de cultura e gestão de risco e contratação de seguro. Nós vamos estar no patamar mais preparado, vamos me chamar dessa forma, para poder atender os nossos clientes também nos canais digitais.

[55:35] Mariana Taddeu, UBS – Ótimo. Muito obrigada.

[55:40] Operador – Muito bem. A próxima pergunta será do Gustavo do Goldman Sachs. Gustavo Bom dia.

[55:48] Gustavo Schroden, Goldman Sachs – Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade. Eu vou fazer duas perguntas também. A primeira ainda segue nessa linha da pergunta anterior. É claro que o banco quer que a companhia está seguindo o processo de transformação digital, mas ainda é 12% das vendas. Ou seja, ainda tem aqui uma dependência das agências bancárias, o próprio Sprendio explicou bastante essa necessidade de um contato, uma venda final feita de forma, vamos dizer assim, ao vivo com um profissional da BB Seguridade. A minha pergunta é a seguinte. Com essa reestruturação que o Banco do Brasil está fazendo que inclui aí o fechamento de algumas agências ou uma mudança do perfil de agências, de alguma maneira pode impactar as vendas da BB Seguridade nesse período enquanto o canal digital ainda não representa... ainda não tem uma representatividade tão alta assim como pode tirar produtos? Eu acho que esse período



pode ser um pouco impactado no lado comercial com esse fechamento de agências que o Banco do Brasil está propondo? Essa é minha primeira pergunta. A segunda é referente ao pay-out. O que nós podemos esperar do pay-out para 2021? Nós entendemos que pelas palavras do Sperendio pode ser um ano melhor no ponto de vista do resultado financeiro. O que nós podemos esperar agora para 2021 em termos de pay-out considerando que o resultado financeiro deve ser melhor do que o de 2020? Obrigado.

[57:28] Ferreira – Obrigado Gustavo pela pergunta. Marcio falando. Sobre a questão da estruturação eu acho que na verdade o processo que o banco está fazendo na prática nos apoia mais em relação a questão da assessoria também. Eu vou te dar um exemplo Gustavo. O banco está encarteirando mais de 1 milhão e 300 mil clientes para ter atendimento direto através de um gerente de relacionamento. Nessa iniciativa que o banco está fazendo, ele está criando 14 escritórios leves para atendimento digital a essa base de clientes. Então algum cliente que não era encarteirando no banco ontem ele vai passar a ser encarteirado nesse momento. Estão criando também 14 agências especializadas em agronegócio, o que robustece ainda mais, você sabe disso, que nós temos uma estrutura bastante forte no agro. E além da estrutura que nós já temos nós estamos criando mais 14 agências especializadas no ano. Então na prática o que nós temos hoje além de ter um processo cultural, de ter um assessoramento ainda muito forte no processo de venda de produtos de seguro como um todo, o movimento que o banco está fazendo para nós fortalece esse contato e robustece ainda mais esse nosso contato com a assessoria. Todo esse movimento está vindo em linha. enrobustecer a assessoria direta ao cliente. Então se é um objetivo na tua pergunta, não vamos ter queda em relação à questão dos movimentos que o banco está fazendo nesse momento. O digital é óbvio que é uma tendência. É um processo que está vindo e que nós temos que começar culturando os nossos clientes como um todo para poder se auto atender e, se for o caso, começar a comprar um produto direto digital. Previdência, por exemplo. Você sabe que eu vim da Brasilprev. A Previdência, por exemplo, é um produto até bastante complexo para você vender 100% digital. Mas você pode ter uma experiência de um cliente estar entrando, estar fazendo pesquisa, estar gerando uma lide para depois nós podemos fazer uma assessoria mais direta. Então investimento que nós estamos fazendo todo é ter alternativa, ter o canal, ter uma experiência do cliente também única em todos os canais no conceito de omnichannel, mas sem perder de vista o processo de assessoria. E essa movimentação que o banco está fazendo robustece fortemente esse conceito também. E com relação a sua segunda pergunta o que nós... está muito cedo ainda para falar sobre isso, mas nós esperamos algo não abaixo do que nós fomos em 2020 e que nós possamos ter condições aí de ir voltando para os níveis históricos que nós tínhamos aí nos últimos tempos.

[01:00:10] Gustavo Schroden, Goldman Sachs – Está ótimo. Muito claro. E muito obrigado.

[01:00:15] Ferreira – Obrigado você, Gustavo, pela pergunta.

[01:00:20] Operador – Muito bem. Na sequência teremos conosco o Domingos do J.P. Morgan. Domingos, por favor.



[01:00:30] Domingos Falavina, J.P. Morgan – Não. É só um follow up na pergunta anterior que eu notei assim no discurso de resposta certo otimismo em fazer o Cross sell em via de maneira digital. Para o cliente do banco então, eu só queria checar se o entendimento está correto no que tange... Hoje se a BB Seguridade você faz um seguro prestamista, um seguro de vida, que são os seguros principais hoje em termos de lucratividade da empresa, assumiu um cenário que não houvesse parceria com o banco, você pode ou não pode entrar em contato com esse cliente que você já vendeu enquanto tinha parceria com o banco? Ou seja, a base de dados do cliente permanece com a BB Seguridade ou fica com o banco? Porque no meu entendimento ela sempre ficava com o banco. E eu queria checar isso.

[01:01:22] Sperendio – Obrigado pela pergunta. É. De fato o detentor do relacionamento com o cliente em estância final é o Banco do Brasil. Mas eu vou tentar separar algumas coisas aqui no âmbito da holding que é aí corretora. Nós todos somos funcionários do banco. Então nós conseguimos sim ter acesso aos dados do cliente, dados de prospecção, tudo isso aqui internamente. Obviamente que nós estamos desenvolvendo a parte de propensão, principalmente os nossos modelos próprios são complementares aos modelos de propensão do Banco do Brasil, tudo isso para gerar mais inteligência. A seguradora em si vai ter acesso exclusivamente ao relacionamento do cliente com o produto seguro. A seguradora não tem ação mais ampla, porque lá diferentemente que lá da distribuição, lá não são funcionários do Banco do Brasil. E não sei se eu fui claro ou seu eu entendi.

[01:02:20] Domingos Falavina, J.P. Morgan – Super claro. Super claro na parte do banco. Agora a mesma pergunta para a parte digital. Todos os clientes que vocês estão vendendo digital, ou seja, teve uma ruptura, separou, a BB Seguridade não é mais parte do grupo Banco do Brasil, quem quiser ficar com a BB Seguridade fica. Quem quiser voltar para o quadro do Banco do Brasil volta. Esse banco de dados que era do Banco do Brasil fica com o Banco do Brasil. Todas essas vendas de clientes que estão sendo feitas nessa corretora digital hoje pela BB Seguridade, nesse cenário de total ruptura, ele fica com o BB Seguridade ou ele também pertence ao Banco do Brasil?

[01:02:55] Sperendio – Se estiver falando do canal digital que seja atuação por meio das cooperativas ou por meio da Ciclic aí fica com a BB Seguridade.

[01:03:04] Domingos Falavina, J.P. Morgan – Entendi. Então é isso que eu queria entender. Obrigado.

[01:03:10] Operador – Muito bem. Faremos então a leitura de uma pergunta que chegou via Webcast. Ok? A pergunta que chegou do Webcast. A primeira pergunta. Qual a estimativa da companhia de Selic para 2021? Alguma sensibilidade do impacto que uma mudança nessa estimativa pode causar para o resultado financeiro? Essa primeira pergunta do Webcast.

[01:04:08] Sperendio – Bom. Rafael falando. Nós utilizamos durante a elaboração da nossa peça orçamentária para o período de 2021, uma SELIC de 2,1% e que não tem nenhuma sofisticação maior. Era a Selic média consenso de mercado do boletim Focus do Banco Central quando do



momento da elaboração da peça orçamentária. Obviamente que a Selic de 2021 for maior que este nível, o impacto sim é bastante positivo de forma bastante ampla em todos os negócios. Não só no efeito mais direto, no resultado financeiro das companhias, como no próprio accrual de juros nas reservas de previdência.

[01:05:05] Operador – Ok. A próxima pergunta será do Gustavo do Goldman Sachs. Gustavo, por favor.

[01:05:10] Gustavo Schroden, Goldman Sachs – Obrigado pessoal por pegar a outra pergunta minha. É um ponto referente ao guidance. Se nós olharmos o guidance de crescimento de seguro que vocês passaram ele está abaixo do que foi em 2020. Eu queria só entender se aqui existe um conservadorismo da parte de vocês? Enfim, se nós assumirmos que existe uma expectativa de uma economia melhor esse ano? Porque essa expectativa de um crescimento de prêmios abaixo do que foi em 2020, seja considerado que 2020 foi muito mais desafiador. Então eu queria só entender assim. Existe conservadorismo aqui? Tem upside nesse número? Ou enfim, quais são as razões por trás desse número? Obrigado.

[01:06:22] Sperendio – Obrigado pela pergunta, Gustavo. Bom. Com relação ao seu raciocínio. Sim. Está correto. 2020 deve ter sido sim um ano muito mais desafiador do que deve ser 2021. Por outro lado, até veio aí essa ênfase na apresentação, de um desempenho comercial em produtos de seguro bem melhor do que nós esperávamos inicialmente. E isso, é sempre bom lembrar que o próprio desempenho que nós tivemos no segmento rural, em específico, ele foi bastante robusto e um dos principais drivers para esse desempenho muito forte do rural em 2020 foi o aumento na subvenção ao prêmio do seguro agrícola que só confirma os níveis perto de 400... 450 milhões e em 2020 a subvenção federal ficou perto de um bilhão de reais. Então isso contribuiu bastante para o nosso desempenho comercial, principalmente com o seguro agrícola. Para 2021, na verdade ainda não temos esse valor definido. Ainda tem uma série de incertezas associadas ao ambiente econômico e a pandemia. Então nós levamos tudo isso em consideração na elaboração da nossa projeção de prêmio emitido para 2021.

[01:07:52] Gustavo Schroden, Goldman Sachs – Está bom. Bom. Se eu entendi tem certo conservadorismo aí então.

[01:07:58] Sperendio – Dada a circunstância e a incerteza certeza sim. É natural que nós sejamos um pouco mais conservador, principalmente ainda nesse início de ano.

[01:08:10] Gustavo Schroden, Goldman Sachs – Está bom. Obrigado, pessoal.

[01:08:12] Sperendio – Obrigado.

[01:08:19] Operador – Muito bem. Faremos agora a leitura de uma pergunta que foi enviada no Webcast. As condições que exigiram injetar dinheiro na previdência se mantêm para 2021? O valor poderá ser restituído ao caixa da BB Seguridade no futuro?



[01:08:41] Sperendio – Bom. Com relação essa pergunta ainda é muito cedo para afirmar qualquer coisa. Obviamente que isso vai depender muito da dinâmica dos índices de inflação e, principalmente, diferenciar entre IGP-M e IPCA. Realmente o ano de 2020 foi muito atípico, principalmente o final do exercício, onde nós tivemos até inclusive uma situação da falta de liquidez nos instrumentos, na ausência de emissões de ativos de dívida com remuneração vinculada ao IGP-M e isso leva a um descasamento bastante até fora do comum nos indicadores que nós utilizamos para a atualização de ativos e passivos. Inclusive acontecendo movimentos de síntese e infraestrutura a termo utilizada para descontar esse passivo a valor presente e a própria marcação de mercado dos ativos. Até agora no início de 2021 nós não vimos nada similar, ao menos eles estão caminhando com a mesma tendência, mas nós precisamos assim de mais alguns meses para afirmar isso. Então essa restituição desse caixa não contaria com isso nesse momento, uma vez que a elevação de 23% do IGP-M em 2020 elevou de fato o patamar do saldo desses passivos. Então eu sei que nós temos uma adequação do IGP-M nos próximos meses. A equipe acredita que essa situação ela possa ser revertida, que esse capital possa... a solicitação de capital possa ceder drasticamente em um espaço curto de tempo.

[01:10:42] Operador – Muito bem. Senhores convidados. Lembramos a todos que para fazer uma pergunta basta digitar *9 no seu telefone. Encerramos a partir desse momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria então de passar a palavra ao senhor Rafael Sperendio para as considerações finais. Senhor Rafael. Por favor.

[01:11:20] Sperendio – Eu gostaria de reforçar mais uma vez os agradecimentos a todos que participaram da nossa teleconferência de resultados. Obrigado principalmente para os que interagiram, fizeram perguntas. E tanto eu como todos do meu time de relações com investidores nós estamos aqui totalmente à disposição para esclarecer qualquer tipo de dúvida, qualquer necessidade de um aprofundamento os serão solicitados tanto pelo e-mail como telefone. Ok? Muito obrigado e tenham um bom dia.

[01:11:54] Operador – Muito bem. Assim, a teleconferência da BB Seguridade está encerrada. Lembramos que o material utilizado nessa teleconferência está disponível no portal de RI da BB Seguridade www.bbseguridaderi.com.br, na aba apresentações. Agradecemos a participação de todos e tenham um excelente dia.