



**[00:09] Operador** - Bom dia a todos. Obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da BB Seguridade, para a discussão dos resultados referentes ao primeiro trimestre de 2021. 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 favor, 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](http://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 mais informações sobre os resultados da companhia, por favor, acesse o relatório “Análise do Desempenho” disponível em seu portal de relações com investidores. Conosco, hoje, 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, bom dia. Por favor, queira prosseguir.

**[02:07] Márcio Hamilton** - Obrigado. Bom dia a todos. É um prazer estar com vocês nessa divulgação do primeiro trimestre da BB Seguridade. Antes de entrarmos na performance financeira desse primeiro trimestre, eu separei quatro slides para compartilhar com os senhores os nossos objetivos de longo prazo, nossas prioridades para 2021 e a evolução da nossa atuação digital e as nossas métricas de sustentabilidade. Iniciando pela página três, na nossa última teleconferência nós destacamos as nossas prioridades para 2021, alinhadas com alicerce da nossa estratégia de longo prazo que se resume aos nossos cinco objetivos estratégicos: Ser leve e eficiente; experimentar sem medo para acertar em cheio; conectar e acelerar o digital; combinar online e offline para vender mais; e



transformar clientes em fãs. Dentro das prioridades, algo que tenho sempre reforçado é o foco no crescimento sustentável do nosso resultado operacional. Isso passa por melhorar a experiência dos nossos clientes, a modernização do nosso parque tecnológico, buscando flexibilidade, agilidade, e conectividade, a diversificação de canais com foco no digital e na conquista de novos clientes e o uso de inteligência artificial, buscando o aumento de produtividade, a eficácia de novas abordagens. Além de asseverar a nossa agenda ambiental, social e de governança. Na página quatro temos as nossas principais evoluções do trimestre quanto a melhoria de experiência do nosso cliente e evolução de venda dos nossos produtos nos canais digitais. Do lado esquerdo da lâmina, quanto a melhoria de experiência do cliente, destaco aqui a melhoria de 2,4 pontos percentuais no NPS do nosso primeiro trimestre. Temos uma meta de aumentar esse indicador em 7,4 pontos em 2021, isso já acima de uma melhoria de 2,4 pontos que tivemos de 2019 para 2020. Uma meta bastante desafiadora, mas que estamos muito comprometidos em alcançar. Lançamos uma plataforma de proteção que atua como uma ferramenta de atração, engajamento e gameificação para aproximar o público das soluções do BB Seguros, apresentando a sugestão de produtos ideais com base na interação dos clientes. Tivemos mais de 2,5 milhões de prêmios emitidos a partir dela, ainda durante o período de experimentação. Se os senhores escanarem o *QR Code* aqui da tela, serão direcionados à plataforma. É muito interessante, vale a pena os senhores testarem. No aplicativo BB entregamos uma nova área de relacionamento, uma central de seguros, integrada a página inicial, onde o cliente, além de poder comprar um seguro, tem acesso as apólices já contratadas e consegue acionar assistências e cobertura de forma 100% digital, disponibilizando acesso a todos os nossos serviços no momento que o cliente mais precisa de forma ágil e simples. Ultrapassamos a marca de 4.000 clientes inscritos em nosso programa beta. Os clientes se cadastram voluntariamente e nos ajudam com pesquisas, testes de usabilidade e também validam hipóteses negociais para garantir que tudo que está sendo desenvolvido será relevante e agregará valor à experiência do cliente antes mesmo de iniciar o desenvolvimento. Falando um pouco dos nossos canais digitais, dos números apresentados do lado direito da lâmina, 11% das nossas vendas se



concretizaram por meio desses canais nesse primeiro trimestre. O seguro de vida vendemos quatro vezes mais produtos nos canais digitais no primeiro trimestre versus o primeiro trimestre de 2020, graças ao nosso novo formato e a nova jornada que vieram com o novo produto. Triplicamos a venda dos planos odontológicos em relação ao primeiro trimestre de 2020, com ações mercadológicas focadas no digital e maior destaque para a funcionalidade no aplicativo. Vendemos 39% mais planos de previdência com intensificação de abordagem e modelos analíticos, 44% mais seguros residenciais e 16% mais de seguro de veículos com incentivo de renovação de forma simples, ágil e no meio digital. Com relação aos próximos passos, teremos para este ano um novo seguro auto no *mobile*, um novo seguro residencial, e celular e as novas jornadas de previdência e capitalização, trazendo sempre com foco bastante forte na experiência do nosso cliente. Falando um pouco de processo de transformação digital e de diversificação de canais na página cinco, temos aqui como principal destaque o Broto, que ainda se encontra em estágio de desenvolvimento, e a ideia é ser um ecossistema do agronegócio, mas mesmo nesse estágio já geramos 116 milhões em negócios feitos por meio de feiras digitais de agronegócio. Com relação a reestruturação da nossa plataforma de TI, tivemos agora no primeiro trimestre a entrega do primeiro produto na nova arquitetura orientada por micro serviços e, além da redução do *time to market* em *delivery* para os nossos clientes, permitirá integrar os nossos produtos em novos canais de forma completa e com muita segurança. Todas as empresas do grupo estão nesse processo de transformação e continuaremos com foco cada vez mais na entrega de soluções que atendam às necessidades dos clientes de forma ágil, onde quer que eles estejam. A nossa iniciativa de *Corporate Venture*, aprovada no ano passado, já tem alguns compromissos de investimentos. Os três principais objetivos aqui são: Acelerar o desenvolvimento de novos negócios; aumentar a eficiência de processos atuais; e aprimorar a experiência do cliente ao longo do seu relacionamento com a Companhia. Em relação a diversificação de canais e novos produtos, do lado direito da lâmina, o volume de vendas fora do canal do banco cresceu 47% no trimestre contra trimestre, com destaque na captação de previdências por meio de planos corporativos. A captação de fundos multimercado cresceu 75% contra o



mesmo período do ano passado. A carteira em movimento com a nova família de produtos de previdência lançada no final do ano passado já acumula 6,3 bilhões em ativos sob gestão. Na plataforma aberta já temos 4 bilhões alocados em gestores de terceiros vendidos também por meio do produto da Brasilprev. O que está por vir? Estamos focando fortemente na implementação de um CRM de relacionamentos, o lançamento do produto de vida com componente de acumulação, que não temos hoje no nosso portfólio, a intensificação de nossa estratégia de seguro rural para áreas não financiadas dos novos clientes, expansão do seguro pecuário, faturamento e a expansão de público-alvo para o seguro de vida de agricultura familiar, permitindo a venda desse produto a operações de crédito já contratadas. Esses são alguns dos pontos que estamos focando para esse trimestre de entregas relevantes que, sem dúvida, contribuirão bastante para a construção do nosso resultado futuro. Passando para a página seis temos alguns destaques no trimestre referente a nossa agenda de sustentabilidade. Lembrando que o nosso modelo de negócio tem uma vocação natural para os aspectos de sustentabilidade, principalmente no social, seja incentivando clientes a poupar para a aposentadoria, seja amparando a família ou até mesmo o próprio cliente, em caso de doenças graves, por meio de seguro de vida ou prestamista; ou protegendo o negócio de um produtor rural, caso a lavoura seja afetada por algum tipo de adversidade climática. Nesse trimestre realizamos o pagamento de 341 milhões de sinistros, sendo: Indenizações por morte decorrente de Covid, 79 milhões; indenizações por doenças graves, 6,1 milhões; indenizações por eventos climáticos, 74,5 milhões. Lembrando que estes são sinistros efetivamente pagos, o volume de avisos é um pouco maior que esse. Em previdência foram 2,2 bilhões em reservas pagas aos beneficiários após a morte de titulares, sendo desse total 538 milhões por morte decorrente a infecção da Covid. Além dessa nossa vocação natural, nós estamos buscando cada vez mais adicionar novas características e funcionalidades a novos produtos, buscando induzir um comportamento mais sustentável aos nossos clientes. No primeiro trimestre de 2021, tivemos 16.600 acionamentos de assistência de benefícios relacionados a melhoria de qualidade de vida dos nossos clientes, como mapeamentos genéticos, *checkup*, *smartband* e orientação psicológica. Nossos



produtos permitem aos nossos clientes de seguro residencial e vida o descarte de 68 toneladas de resíduos de forma sustentável. Em previdência, além de toda a nossa política específica para locação em empresas que sejam referências em práticas de ASG já temos diretamente 376 milhões investidos nessas empresas e tivemos 8 milhões arrecadados em títulos de capitalização na modalidade de filantropia. Esse seria o recado, um pouco mais estratégico, que eu queria passar para os senhores aqui no início da nossa conferência, para entrarmos nos números como um todo e depois passarmos para a sessão de perguntas e respostas. Eu passarei para o Rafael Sperendio, que informará os números e ficaremos à disposição ao final da apresentação. Rafael, por favor.

**[13:01] Rafael Sperendio** - Obrigado, Márcio. Bom dia senhores. Falando sobre os números do trimestre, antes de mais nada é sempre bom ressaltar em que condições macro se deu essa entrega de um resultado de 977 milhões. É bom lembrar que no primeiro trimestre de 2021, nós tivemos um trimestre impactado integralmente pelos feitos decorrentes da pandemia. O primeiro trimestre de 2020 praticamente não foi afetado, foi afetado no finalzinho de março nas últimas duas semanas, enquanto o primeiro trimestre de 2021 foi impactado na sua totalidade e até de forma mais adversa do que tínhamos observado no ano passado. Mesmo nessas condições mais difíceis, mesmo com as adversidades que a pandemia nos impôs, tanto no desempenho comercial, quanto no próprio desempenho operacional e, aqui, falando mais de sinistralidade, nós entregamos 977 milhões de reais no primeiro trimestre. Um crescimento de dois dígitos, de 10,7% sobre o primeiro trimestre de 2020. Trabalhando na composição desses números, observamos um crescimento de 7,4% do nosso resultado operacional, não juros, uma base difícil de comparação em relação ao primeiro trimestre de 2020. O resultado financeiro cresceu 33%, um resultado financeiro combinado de todas as empresas do grupo, o que é uma alta representativa apesar de ainda corresponder por uma parcela pequena do resultado como um todo, mas vem ganhando representatividade novamente no resultado, e iremos abordar isso com mais detalhes na próxima página. No primeiro trimestre o principal impacto positivo veio de uma dinâmica um pouco mais benéfica dos índices de inflação que atualizam ativos e passivos do plano tradicional de previdência na



Brasilprev. O desempenho comercial foi muito bom. De forma bastante ampla, prêmios de seguros cresceram 7%, a nossa captação de previdência cresceu 6%, a arrecadação com títulos de capitalização quase 8% e as receitas de corretagem crescendo 5%. Na página nove trago a composição desse resultado. O resultado operacional agregado, combinado em todas as empresas do grupo, cresceu 9%. Esse número difere dos 7% que mencionei na página anterior, porque aqui trazemos um comparativo depois de impostos para trazer um comparável na formação do resultado como um todo junto com o resultado financeiro. Se os senhores somarem 912 com 65, os senhores chegarão a 977 milhões. Então é um bom crescimento, perto de dois dígitos do resultado operacional depois de impostos, conforme eu mencionei na página anterior e financeiro de 65 milhões de reais, representando 6,6% do nosso resultado, o que ainda é um patamar bastante baixo quando comparamos com os números históricos em que o resultado financeiro chegou a contribuir com 25%, 30% do nosso lucro como um todo. É uma tendência de recuperação que observamos e esperamos para 2021, diferentemente do que nós observamos nos últimos anos, onde o resultado financeiro acabou sendo um peso que nós vínhamos carregando no nosso resultado final na última linha, mas a partir do primeiro trimestre de 2021 como um todo o resultado financeiro deve ser muito mais um vento a favor, do que um vento contra, como nós vínhamos observando nos últimos anos. Na página 10, iniciando o nosso comparativo ano contra ano, por linha de negócio, observamos que os 7% de crescimento de prêmios emitidos de seguro veio, em boa parte, impulsionado pelo crescimento de vida de 15% ano contra ano e rural, residencial, crescendo perto de 30%. Um desempenho muito bom no ano contra ano. O prestamista teve uma queda de 28% no comparativo com o primeiro trimestre do ano passado por diversos fatores, entre eles um novo produto, sempre é bom lembrar, ele tem um preço menor do que o produto anterior, uma vez que ele garante apenas o saldo devedor. Vocês lembrarão que o produto anterior cobria o principal ao longo de toda a vigência da operação. Um novo produto cobre apenas o saldo devedor alinhado as principais práticas de mercado, então ele reduz o preço embora a nossa expectativa é que ele seja mais rentável do que o produto anterior. Nesse período de transição do portfólio antigo para o novo isso já era esperado,



um impacto maior em prêmios, mas que deve ser diluído à medida que o tempo passe. Além disso tivemos outros efeitos que acabaram impactando em decorrência do cenário macro, onde nós tivemos alguns clientes com uma necessidade um pouco maior de crédito, que na renovação ou até na rolagem da dívida optaram por não renovar o seguro, uma vez que estavam em uma situação de necessidade um pouco maior do crédito como um todo. Isso também acabou impactando o comparativo ano contra ano, principalmente no início do ano, janeiro e fevereiro. Os senhores observaram os dados da Susep, março ainda não foi divulgado, mas os senhores conseguem ver o número saindo por diferença com base na nossa divulgação. Ele vem em um desempenho crescente, em uma recuperação gradual ao longo do primeiro trimestre, sendo que em março nós já voltamos a uma média de emissão de 200 milhões de reais no mês. Temos a expectativa de uma recuperação desse desempenho comercial, mas ela deve ocorrer de forma mais gradual e mais forte nos segundo semestre do ano. Passando pelos indicadores operacionais observamos um impacto direto da pandemia, uma alta de oito pontos percentuais aproximadamente no índice de sinistralidade, basicamente decorrente dos sinistros por morte causados por Covid de forma mais ampla em todos os produtos com cobertura de morte. A linha tracejada, os senhores podem observar um comportamento bem mais estável ao longo do tempo, a sinistralidade teria ficado praticamente *flat* ano contra ano, se nós excluíssemos os impactos decorrentes dos avisos de sinistro por morte ocasionada pela Covid. Como o Márcio mencionou na fala dele, pagamos aqui quase oitenta milhões de reais de indenizações por Covid, mas é desembolso de caixa efetivo, mas os avisos superam muito mais esse número, aproximam-se de 160 milhões no primeiro trimestre de 2021. O índice de comissionamento também teve queda ano contra ano, aqui o principal fator que levou a esta queda do índice de comissionamento foi o desempenho do prestamista, como mencionei na página anterior, por conta da redução do volume de prêmios emitidos. Os senhores lembrarão que o prestamista tem o componente de bônus de performance, e caso a corretora supere as metas de venda, respeitando alguns gatilhos, a seguradora paga um bônus de performance incremental, aquilo que é a corretagem padrão do produto, então como o prestamista está tendo 28% ano contra ano,



nós não tivemos aqui o reconhecimento de bônus de performance para o prestamista e, por isso, essa queda no índice em relação ao primeiro trimestre de 2020. As despesas administrativas tiveram queda, era 14,8, 12,9 no primeiro trimestre de 2021, principalmente por menores despesas com fundo de estabilidade e seguro rural e também menores despesas com deslocamento, localização e funcionamento como um todo. O índice combinado teve um aumento em relação ao primeiro trimestre de 2020. O fator que levou a esse aumento do combinado foi a sinistralidade como os senhores podem ver. Foi em parte compensado pela redução do comissionamento e despesas administrativas, mas não totalmente, então teve essa elevação em relação ao primeiro trimestre de 2020. O resultado financeiro teve uma queda de 26%, o que é efeito direto da redução da taxa média Selic em relação ao primeiro trimestre de 2020 e o lucro cresceu 1%, apesar da queda do financeiro e da piora do combinado, o aumento do volume de prêmios ganhos decorrente da performance comercial que estamos acumulando no nosso resultado, acabou impulsionando o lucro líquido ano contra ano e também uma menor alíquota efetiva de impostos. Esses foram os principais *drivers* de crescimento do resultado da Brasilseg ano contra ano. Aqui na página 12 nós trazemos um gráfico que evidencia o comportamento da sinistralidade, é apenas um reflexo do que aconteceu no país como um todo em termos de aumento, tanto de novos casos, decorrentes da Covid, como nas mortes, nos óbitos. Nós observamos um aumento quase que exponencial ao longo do primeiro trimestre, com impacto maior no mês de março. E, logicamente, com o aumento das restrições, o aumento do isolamento social praticado ao longo do mês de abril e também o aumento da imunização da população de uma forma geral, já observamos uma estabilidade no mês de abril. A princípio essa tendência não se repetirá no mês de abril e a expectativa é de que com o avanço da imunização da população voltemos a observar uma tendência de redução em óbitos e casos da Covid. Passando para a previdência, página 13, observamos um aumento de 6% no volume de contribuições, chegando a 11 bilhões de reais. Destacando que esse é o melhor primeiro trimestre da história da Brasilprev, um desempenho bastante robusto nesse início de ano. A captação líquida teve uma queda de 44%, principalmente por conta de um maior volume de pagamento de





benefícios. Mais uma vez a Covid impactando. Os clientes que morreram em decorrência da Covid, essa reserva é revertida ao beneficiário, isso acabou impactando a captação líquida nesse primeiro trimestre de 2021. O índice de resgates aumentou no trimestre contra trimestre, embora ano contra ano tenha uma queda de 0,2 ponto percentual, mas, ainda assim, longe dos níveis mais altos, quando observamos uma série histórica mais longa desse indicador na Brasilprev. As reservas de previdência cresceram 7% nos últimos 12 meses. Eu destaco o aumento da participação de fundos multimercados no total de ativos sob gestão, que praticamente dobrou nos últimos 12 meses em linha com aquele esforço que nós comunicamos ao mercado de aumento da participação desses fundos no total de reservas da companhia, buscando estratégias de investimento que gerem mais valor para os nossos clientes, obviamente sempre respeitando o perfil bastante conservador que nós temos em média aqui na nossa base de clientes, mas aos poucos, gradualmente, vamos mudando, buscando essa maior geração de valor e que justifica a manutenção da nossa taxa média de gestão, inclusive com aumento de 0,01 ponto percentual quando comparamos o primeiro trimestre de 2021 com o primeiro trimestre de 2020 levando a um crescimento da receita com taxa de gestão de 5% ano contra ano. O resultado financeiro, como eu falei no início da minha fala, foi de menos 25 milhões no primeiro trimestre de 2021, um desempenho melhor do que observamos no primeiro trimestre de 2020, justamente por conta da redução do diferencial entre IGP-M e IPCA, que acabou colaborando positivamente para o resultado financeiro da Brasilprev e o lucro crescendo 56% no primeiro trimestre de 2021 contra o primeiro trimestre de 2020, ajudado não somente pelo aumento das receitas com taxa de gestão, a melhora do índice de eficiência, a Brasilprev também foi uma empresa que mostrou melhora nas despesas administrativas. Precisamos ressaltar, foi um comportamento que observamos em praticamente todas as empresas do grupo, uma melhora nos indicadores de eficiência e a melhora do resultado financeiro. Nós tivemos uma contribuição positiva em praticamente todos os vetores de geração de resultado da Brasilprev no início de 2021. Passando para a operação da capitalização na página 14, nossa arrecadação com títulos de capitalização cresceu 8% ano contra ano, com destaque para os títulos de pagamento único, que



representa quase 60% da arrecadação do primeiro trimestre. O resultado financeiro também teve um desempenho bastante positivo, uma margem financeira de juros aumentando 80 *basis* em relação ao primeiro trimestre de 2020 e contribuindo obviamente para a melhora do resultado financeiro como um todo, crescendo 35% ano contra ano. Nós tivemos um impacto bastante positivo também do *hedge* que foi feito, então das operações vocês observarão uma abertura da curva de juros e a Brasilcap investe fundamentalmente em títulos prefixados, então adotamos uma estratégia de incremento de proteção bastante forte à medida que nós vimos essa curva abrindo, protegendo boa parte dos ativos “pré” na ponta longa da curva e esse *hedge* acabou gerando esse impacto positivo no resultado financeiro da companhia nesse início de ano. Boa parte do resultado da Brasilcap vem de resultado financeiro, então esse aumento de 35% acabou sendo o principal *driver* para o crescimento de 28% do nosso resultado no primeiro trimestre de 2021 no comparativo ano contra ano. Falando sobre distribuição na página 15, as receitas da corretora cresceram 5%, o que é reflexo de tudo aquilo que falei, principalmente do desempenho de seguros rurais e vida na Brasilseg e do aumento da arrecadação, tanto de previdência, quanto de capitalização. A margem líquida teve uma melhora de 0,4 ponto percentual, uma questão de *mix* de venda que foi mais concentrado em produtos de menor custo de ressarcimento e, por fim, o nosso lucro acabou crescendo em um ritmo superior ao crescimento de receita, crescendo 6% ano contra ano, atingindo 506 milhões no primeiro trimestre de 2021. Para finalizar a apresentação, nós trazemos aqui um comparativo do nosso desempenho com o nosso *guidance* divulgado no início do ano. Sempre é bom ressaltar que nós dimensionamos todos os intervalos do *guidance* para comportar os impactos vindos de uma segunda onda da pandemia de Covid. O resultado operacional, não juros, excluindo o resultado operacional da *holding*, chegamos 7,4% de crescimento muito próximo do piso de 8%. Lembrando mais uma vez que estamos comparando aqui um primeiro trimestre impactado integralmente pela pandemia, contra um primeiro trimestre do ano passado praticamente sem impacto de pandemia. Os prêmios emitidos da Brasilseg dentro do intervalo, 7,3%, no intervalo de 7 a 12, e reserva de previdência 6,4% de crescimento em 12 meses, no intervalo de 4% a 7%. De forma geral



é um resultado muito bom, mais uma vez, crescendo dois dígitos apesar do agravamento dos efeitos da pandemia de Covid-19 nesse início do ano, comparando com o primeiro trimestre do ano passado onde praticamente não tivemos efeito da pandemia, então é um resultado bastante robusto, mostrando mais uma vez toda a resiliência do nosso modelo de negócios, mais uma vez sendo provada nesse ano de 2021. Esses eram os principais pontos que eu gostaria de destacar na minha apresentação e podemos passar agora para a sessão de perguntas e respostas.

**[31:01] Operador** - Senhores convidados iniciaremos agora sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta basta digitar “\*9” no seu telefone. A primeira pergunta será do Tiago Binsfeld do Itaú BBA. Tiago, bom dia.

**[31:37] Tiago Binsfeld** - Oi. Bom dia, Márcio. Bom dia, Rafael. Vocês falaram na apresentação de vocês sobre a atuação em novos canais, eu queria entender se isso se aplica mais a canais digitais próprios ou se o foco de vocês é também atuar cada vez mais em canais de terceiros como, por exemplo, plataformas de investimentos. Acho que vocês comentaram sobre previdência em planos corporativos, mas eu queria ouvir quais outros eventos ou oportunidades vocês estão enxergando em canais de terceiros. Essa é a minha primeira pergunta, eu faço a segunda na sequência. Obrigado.

**[32:06] Márcio Hamilton** - Tiago, bom dia. Obrigado pela pergunta, pela participação. É o Márcio Hamilton falando. Na verdade, é um *mix* dos dois, Tiago. Os nossos próprios canais digitais, que queremos ampliar a oferta e disponibilização do produto por meio de nossos canais. Você sabe que temos a Ciclic para isso também, eu acho que é focar e alavancar bem a Ciclic com relação a questão dessa disponibilização. E, também, disponibilizar os nossos produtos em outros canais digitais. Temos conversado com alguns *players* em relação a essa questão, mas não está na hora de divulgarmos, no momento correto falaremos de divulgações pertinentes a algum tipo de fechamento, mas estamos atuando das duas formas. É claro que em nenhum momento o canal de distribuição do Banco do Brasil perderá importância para nós, continuaremos focando fortemente, mas a tendência



de novas plataformas e canais digitais são a tendência do mercado como um todo e também temos que atuar dessa forma. No momento mais correto, mais adequado, quando estivermos com o processo, vamos chamar assim de novas plataformas, mais robusto, nós faremos as divulgações mais concretas.

**[33:23] Tiago Binsfeld** - Está bem, eu agradeço. Márcio, obrigado. A minha segunda pergunta é um pouco mais específica em sinistralidade, de vida e prestamista. Eu queria entender se existe alguma defasagem entre o período de aviso, o pedido de indenização é o que estamos vendo efetivamente de pagamento, de despesas relacionadas a essas indenizações. Quero dizer, eu queria entender se o que estamos vendo reportado até março, está refletindo uma foto de fevereiro ou se de fato é o que vocês enxergaram até o final do mês, até para entender o que deveríamos esperar para o segundo trimestre. Obrigado.

**[33:56] Rafael Sperendio** - Oi, Tiago. É o Rafael falando. Não existe um *delay* significativo com relação aos avisos, o que pode acontecer é um atraso na classificação desse sinistro, se é Covid ou se é morte decorrente de outros fatores. O impacto da despesa em si reflete praticamente todos os sinistros que foram avisados até 31 de março de 2021. O que pode ter depois é alguma mudança na classificação entre Covid ou não Covid, mas o valor total não muda.

**[34:36] Tiago Binsfeld** - Está bem. Obrigado, Rafael.

**[34:38] Rafael Sperendio** - Por nada.

**[34:42] Operador** - A próxima pergunta será do Otávio do Bradesco BBI. Otávio, bom dia.

**[34:51] Otávio Tanganelli** - Bom dia, pessoal. Na parte do prestamista principalmente, vocês comentaram que teve um nível de cancelamento um pouco maior nesse primeiro trimestre. Eu queria entender, dado que teve bastante influência dos programas do governo na concessão de crédito para PJ, principalmente no final do ano passado ou começo desse ano talvez, se vocês enxergam isso como um risco para ter mais uma onda



de cancelamento no restante do ano da mesma magnitude do que vimos em 2015, 2016. Obrigado.

**[35:33] Rafael Sperendio** - Bom dia, Otávio. Obrigado pela pergunta. É o Rafael. Na realidade não esperamos um impacto muito relevante vindo de PJ. O cancelamento foi bastante geral, não teve nenhum fator específico que conseguimos atribuir a um público PF ou PJ. Mas, sim, a questão da economia como um todo tem levado alguns clientes a optar por tomar o valor do crédito como um todo. Muitos clientes no primeiro trimestre, principalmente no início do ano, como eu falei na minha apresentação, esse efeito foi se reduzindo ao longo do primeiro trimestre, mas o impacto maior, em janeiro e fevereiro, observamos muitos clientes tomando, rolando a operação e optando pela não renovação do seguro na repactuação da dívida. Mais uma vez, é um comportamento observado no início do ano, mas que já reduziu bastante em março e abril. O efeito que prevaleceu em março e estamos observando agora no segundo trimestre decorre muito mais da dinâmica do produto em si, como falei. Um novo produto tem *ticket* mais baixo que o produto anterior, então isso é algo que devemos observar nessa transição de produto antigo para produto novo, que deve ter um impacto maior no primeiro semestre e menor no segundo semestre à medida que o portfólio vai girando.

**[37:21] Otávio Tanganelli** - Super claro, Rafael. Obrigado.

**[37:30] Operador** - A próxima pergunta será do Kaio Prato da UBS. Caio, bom dia.

**[37:39] Kaio Prato** - Bom dia. Obrigado a todos pela oportunidade de fazer perguntas. Minha pergunta é um *follow-up* dessa pergunta do Otávio, em relação a dinâmica atual do seguro prestamista, esse produto novo que vocês lançaram, que faz com que o volume assegurado acompanhe o saldo devedor, o que gera um prêmio um pouco mais baixo. O que parece é que nesse primeiro trimestre o efeito esperado, talvez, de maior demanda não foi o suficiente para compensar essa queda. Eu queria entender um pouco mais como vocês estão vendo a demanda por esse novo produto específico, se ela tem atendido o



que vocês esperam de expectativa, o que vocês estão vendo nesse produto específico em abril e o que podemos esperar até o fim do ano. Obrigado.

**[38:27] Rafael Sperendio** - Obrigado, Kaio. É o Rafael falando. Na realidade o que observamos de demanda realmente ficou um pouco abaixo do que prevíamos, boa parte desse efeito está relacionado ao ambiente em que estamos vivendo. Nós e a maioria das pessoas não imaginava um impacto tão severo de uma segunda onda da Covid, ninguém trabalhava com um cenário base de aumento de isolamento social de novo no início de 2021, então isso acabou tendo um impacto na nossa comercialização e na renda dos clientes de uma forma mais ampla, por isso a conversão de venda de seguro prestamista, na originação, desviou em relação a nossa expectativa inicial, mas não há nenhum indício de que isso seja permanente, é muito mais uma questão de cenário que estamos vivendo no último primeiro trimestre. Observamos no gráfico, como demonstrei na apresentação, o aumento foi exponencial de novos casos e mortes decorrentes da Covid, mas não trabalhamos isso como um cenário base para o ano como um todo. Como mencionei na resposta anterior, a expectativa é de que no segundo semestre comecemos a ver uma reversão dessa tendência, convergindo muito mais para o que esperávamos no início do ano.

**[40:17] Kaio Prato** - Está bem. Super claro. Obrigado.

**[40:27] Operador** - Teremos agora uma pergunta que foi enviada pelo *webcast*. A pergunta é do Gabriel Gusan do Citi. "Podem esclarecer um pouco melhor sobre o resultado da Brasilprev no trimestre? Entendo o resultado ser melhor do que do quarto trimestre de 2020, mas em relação ao primeiro trimestre de 2020 a melhora foi muito grande, mesmo com a diferença dos índices de inflação ter sido pior nesse trimestre em 2020. Isso seria explicado pelos títulos serem mantidos a vencimento, enquanto a curva futura de juros, que traz valor presente os passivos, abriu no trimestre?"

**[41:16] Rafael Sperendio** - Na realidade, Gabriel, esse impacto teve menos relação com curva e mais do índice em si, do IGP-M e da dinâmica dele ao longo do trimestre.



Observamos que, por exemplo, em 2020 nós tivemos o passivo sendo atualizado por um índice de inflação de 2,09, 0,48 e menos 0,04, esse foi o comportamento, decrescente ao longo do tempo. O ativo foi impactado em 0,48, deflação de 0,04 e inflação de 1,24, essa foi a dinâmica desse índice no primeiro trimestre de 2020. Essa deflação, que aconteceu principalmente no mês de fevereiro, teve um impacto bastante severo no *accrual* de juros, no ativo no primeiro trimestre de 2020. Quando olhamos a dinâmica do índice de IGP-M nos três primeiros meses de 2021, percebemos um comportamento mais estável do índice. Apesar de em um patamar bastante elevado, é menos volátil. 2,6 em janeiro, 2,53 em 2021 e 2,9 em março. O que explica essa melhora do primeiro trimestre de 2021, contra primeiro trimestre de 2020, foi principalmente essa deflação que impactou negativamente o retorno dos ativos em fevereiro de 2020 e não teve nada parecido com isso no primeiro trimestre de 2021, por isso que o resultado financeiro foi melhor.

**[43:12] Operador** - Lembramos aos convidados que para fazer uma pergunta basta digitar “\*9” no seu telefone. Senhores convidados, lembramos a todos que para fazer uma pergunta basta digitar “\*9” no seu telefone, que estamos com o time da BB Seguridade a nossa disposição. Encerramos neste momento a sessão de perguntas e repostas. Gostaria de passar a palavra ao senhor Rafael Sperendio para as considerações finais. Senhor Rafael, por favor.

**[44:24] Márcio Hamilton** - Antes de passar para o Rafael, aqui é Márcio Hamilton. Eu queria agradecer a presença de todo na teleconferência da BB Seguridade e colocar a nossa equipe toda à disposição para o que vocês precisarem. Estamos à disposição para esclarecer qualquer tipo de dúvida adicional em relação ao nosso resultado. Muito obrigado a todos. Rafael, não sei se você quer...

**[44:44] Rafael Sperendio** - Apenas reforçar os agradecimentos pela participação de todos na nossa teleconferência do primeiro trimestre e tanto eu, como todo o time de RI estamos à disposição para qualquer esclarecimento adicional que os senhores possam necessitar. Obrigado e um bom dia a todos.



[45:01] **Márcio Hamilton** - Bom dia a todos, pessoal. Obrigado pela participação.

[45:05] **Operador** - A teleconferência da BB Seguridade está encerrada. Lembramos que o material utilizado nesta teleconferência está disponível no portal de RI da BB Seguridade: [www.bbseguridaderi.com.br](http://www.bbseguridaderi.com.br), na aba "Apresentações". Agradecemos a participação de todos. Tenham um excelente dia.