



Sumário do Resultado

Lucro Líquido Ajustado sobe 33,0% no 1T21

O Banco do Brasil registrou lucro líquido ajustado de R\$ 4,9 bilhões no 1T21, aumento de 33,0% frente ao 4T20 e acréscimo de 44,7% em relação ao 1T20. O RSPL do trimestre anualizado alcançou 15,1%.

Na comparação com o 4T20, o resultado foi influenciado, principalmente, pela redução de 50,8% da PCLD ampliada, pelo desempenho positivo da margem financeira bruta (MFB) que cresceu 2,8% e pela redução em despesas administrativas em 4,8%.


Tabela 1. Demonstração do Resultado Resumida – R\$ milhões

	1T20	4T20	1T21	Var. %	
				1T20	4T20
Margem Financeira Bruta	14.005	14.164	14.564	4,0	2,8
PCLD Ampliada	(5.539)	(5.157)	(2.536)	(54,2)	(50,8)
PCLD - Risco de Crédito	(6.477)	(6.567)	(3.287)	(49,2)	(49,9)
PCLD - Recuperação de Crédito	1.585	1.901	1.734	9,4	(8,8)
PCLD - Descontos Concedidos	(269)	(325)	(736)	173,8	126,4
PCLD - Perdas por Imparidade	(378)	(166)	(246)	(35,0)	48,7
Margem Financeira Líquida	8.466	9.007	12.028	42,1	33,5
Receitas de Prestação de Serviços	7.067	7.389	6.878	(2,7)	(6,9)
Despesas Administrativas	(7.770)	(8.128)	(7.737)	(0,4)	(4,8)
Risco Legal¹	(862)	(1.762)	(1.593)	84,9	(9,6)
Outros Componentes do Resultado²	(1.563)	(2.063)	(2.492)	59,5	20,8
Resultado Antes da Trib. s/ o Lucro	5.339	4.443	7.083	32,7	59,4
Imposto de Renda e Contribuição Social	(1.157)	22	(1.169)	1,0	–
Participações Estatutárias no Lucro	(436)	(398)	(600)	37,5	50,7
Lucro Líquido Ajustado³	3.395	3.695	4.913	44,7	33,0
Itens Extraordinários	(191)	(496)	(687)	–	38,5
Lucro Líquido	3.205	3.199	4.226	31,9	32,1
RSPL Mercado - %	12,5	12,1	15,1		
RSPL Ajustado - %	10,5	10,8	14,2		
RSPL Acionista - %	13,6	12,9	16,1		

(1) Grupamento contendo o saldo da linha 'Demandas Cíveis, Fiscais e Trabalhistas'; (2) Grupamento contendo o resultado das linhas 'Outras Provisões', 'Resultado de Participações em Controladas, Coligas e JV', 'PREVI - Plano de Benefícios 1', 'Previ - Atualização de Fundo Utilização', 'Despesas Tributárias', 'Outras Receitas/Despesas Operacionais' e 'Resultado Não Operacional'; (3) Lucro líquido ajustado está líquido do resultado de 'Participação Minoritária'.



Resultado Estrutural

Tabela 2. Resultado Estrutural – R\$ milhões

	1T20	4T20	1T21	Var. %	
				1T20	4T20
Receitas Operacionais Totais	23.115	23.714	23.694	2,5	(0,1)
Receitas Operacionais	23.092	23.402	23.269	0,8	(0,6)
Margem Financeira Bruta	14.005	14.164	14.564	4,0	2,8
Receitas de Prestação de Serviços	7.067	7.389	6.878	(2,7)	(6,9)
Res. de Part. em Controladas, Coligadas e JV	669	939	877	31,1	(6,7)
Outras Receitas Operacionais	1.351	910	950	(29,7)	4,5
Previ - Plano de Benefícios 1	(140)	(123)	116	-	-
Previ - Atualização de Fundo Utilização	163	435	310	90,3	(28,6)
Despesas Operacionais Totais	(12.284)	(14.110)	(14.198)	15,6	0,6
Despesas Administrativas	(7.770)	(8.128)	(7.737)	(0,4)	(4,8)
Despesas de Pessoal	(4.919)	(5.060)	(4.989)	1,4	(1,4)
Outras Despesas Administrativas	(2.851)	(3.068)	(2.748)	(3,6)	(10,4)
Despesas Tributárias	(1.202)	(1.469)	(1.372)	14,1	(6,6)
Risco Legal 1	(862)	(1.762)	(1.593)	84,9	(9,6)
Outras Provisões	(4)	(99)	(164)	3.675,0	66,3
Outras Despesas Operacionais	(2.446)	(2.653)	(3.332)	36,2	25,6
Resultado Não Operacional	47	(3)	123	159,9	-
Resultado Estrutural	10.878	9.601	9.619	(11,6)	0,2



Margem Financeira Bruta

A Margem Financeira Bruta (MFB) totalizou R\$ 14,6 bilhões no 1T21, crescimento de 2,8% e 4,0% na comparação trimestral e anual respectivamente.

Na visão trimestral (1T21/4T20), a variação positiva é explicada pela expansão de 1,1% das receitas financeiras (+1,1% em operações de crédito e +1,6% em tesouraria) e pela contração de 3,1% das despesas financeiras, influenciada pelo decréscimo de 14,4% das despesas financeiras de captação institucional.

Na visão anual (1T21/1T20), a variação positiva é explicada pela queda de 23,2% das despesas financeiras (-26,7% em captação comercial e 17,6% em captação institucional), parcialmente compensada pela contração de 5,2% das receitas financeiras (-2,3% em operações de crédito e -20,2% em tesouraria).

A queda da Taxa Média Selic (TMS) no período, que foi de 1,01% no 1T20 para 0,49% no 1T21, impactou de maneira relevante as despesas de captação comercial e o resultado de tesouraria.

Tabela 3. Margem Financeira Bruta e Spread – R\$ milhões

	1T20	4T20	1T21	Var. %	
				1T20	4T20
Margem Financeira Bruta	14.005	14.164	14.564	4,0	2,8
Receita Financeira com Operações de Crédito	17.688	17.105	17.285	(2,3)	1,1
Despesa Financeira de Captação	(4.454)	(3.062)	(3.266)	(26,7)	6,7
Despesa Financeira de Captação Institucional ¹	(2.723)	(2.622)	(2.243)	(17,6)	(14,4)
Resultado de Tesouraria ²	3.494	2.742	2.788	(20,2)	1,6
Spread Global - %³	4,2	3,7	3,7		
Spread Ajustado pelo Risco - %	2,5	2,3	3,1		

(1) inclui instrumentos de dívida sênior, dívida subordinada e IHCD no país e no exterior; (2) inclui o resultado com juros, hedge fiscal, derivativos e outros instrumentos financeiros que compensam os efeitos da variação cambial no resultado; (3) Margem Financeira Bruta/Saldo Médio dos Ativos Rentáveis, anualizado.



PCLD Ampliada

A PCLD Ampliada, composta pela despesa de PCLD líquida da recuperação de crédito, descontos concedidos e imparidade, totalizou R\$ 2,5 bilhões no 1T21. Abaixo, detalham-se os comportamentos das linhas que compõem o indicador:

Tabela 4. PCLD Ampliada – R\$ milhões

	1T20	4T20	1T21	Var. %	
				1T20	4T20
PCLD Ampliada	(5.539)	(5.157)	(2.536)	(54,2)	(50,8)
PCLD - Risco de Crédito	(6.477)	(6.567)	(3.287)	(49,2)	(49,9)
PCLD - Recuperação de Crédito	1.585	1.901	1.734	9,4	(8,8)
PCLD - Descontos Concedidos	(269)	(325)	(736)	173,8	126,4
PCLD - Perdas por Imparidade	(378)	(166)	(246)	(35,0)	48,7

Risco de Crédito: Redução trimestral de 49,9% e 49,2% na comparação com o 1T20. Ao longo de 2020, o BB realizou antecipações prudenciais de provisões de crédito que totalizaram R\$ 8,1 bilhões. Os volumes construídos em 2020 demonstram-se suficientes para a cobertura do aumento do risco de crédito da carteira até o momento

Recuperação de Crédito: Apesar da queda trimestral de 8,8%, o volume recuperado no 1T21

demonstrou-se forte em relação à série histórica sendo o maior patamar histórico registrado para um primeiro trimestre

Descontos Concedidos: Incremento de 126,4%, em comparação ao 4T20, influenciado pelas novas estratégias de recuperação de ativos problemáticos.

Perdas por Imparidade: Crescimento de 48,7% frente ao 4T20.



Receitas de Prestação de Serviços

As receitas de prestação de serviços somaram R\$ 6,9 bilhões no 1T21, queda de 6,9% na comparação com o trimestre anterior, justificada, em grande parte, pela queda de 12,3% nas receitas com tarifas de conta corrente.

Na comparação com o mesmo período do ano anterior, houve queda de 2,7%, também justificada em grande parte pelas menores receitas de conta corrente (-14,8%), parcialmente compensadas pelo desempenho dos segmentos de seguros (+5,6%), cartão de crédito/débito (+6,4%) e consórcios (+17,3%).

A administração do Banco vem buscando constantemente aprimorar seu portfólio de produtos e serviços, assim como novas formas de rentabilizar o relacionamento com seus clientes, seja pelo aumento na comercialização ou pelo desenvolvimento de novos produtos e modelos de negócios.



Tabela 5. Receitas de Prestação de Serviços – R\$ milhões

	1T20	4T20	1T21	Var. %	
				1T20	4T20
Receitas de Prestação de Serviços	7.067	7.389	6.878	(2,7)	(6,9)
Administração de Fundos	1.721	1.763	1.679	(2,4)	(4,8)
Conta Corrente	1.917	1.862	1.633	(14,8)	(12,3)
Seguros, Previdência e Capitalização	970	1.046	1.024	5,6	(2,1)
Cartão de Crédito/ Débito	485	501	516	6,4	3,0
Consórcio	328	387	384	17,3	(0,7)
Cobrança	340	384	365	7,2	(5,1)
Operações de Crédito e Garantias Prestadas	348	449	360	3,5	(19,8)
Arrecadações	262	246	242	(7,7)	(1,8)
Subsidiárias/ Controladas no Exterior	162	184	174	7,1	(5,8)
Processamento de Convênios	167	158	163	(2,4)	3,3
Tesouro Nacional e Adm. de Fundos Oficiais	100	95	96	(3,8)	0,7
Rendas do Mercado de Capitais	85	151	68	(19,2)	(54,6)
Serviços de Comércio Exterior	85	70	67	(21,3)	(3,9)
Outros	98	92	106	8,6	15,9



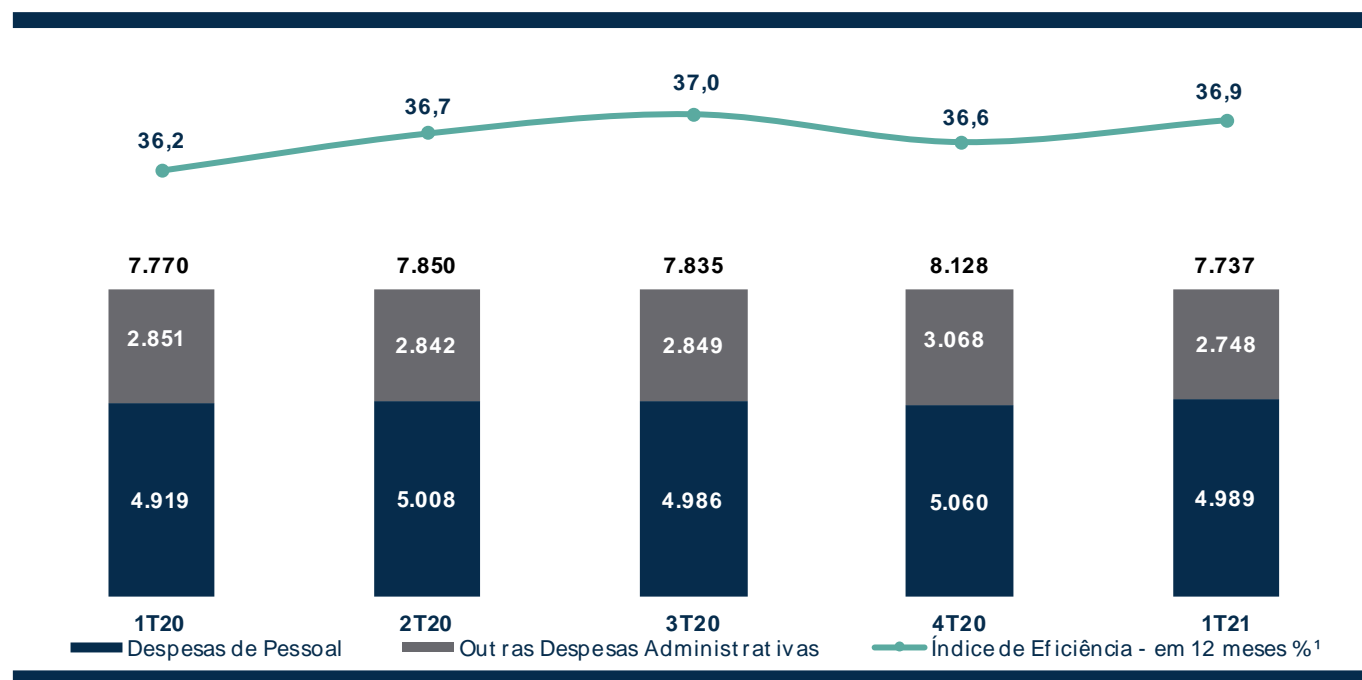
Despesas Administrativas e Índice de Eficiência

No 1T21 as despesas administrativas totalizaram R\$ 7,7 bilhões, queda de 4,8% em relação ao trimestre anterior. O decréscimo foi influenciado, principalmente, pelas outras despesas administrativas, com retração de 10,4% na mesma comparação, e pelas despesas de pessoal, influenciadas pelo desligamento de funcionários, no escopo do Plano de Adequação de Quadros (PAQ) e do Programa de Desligamento Extraordinário (PDE) que ocorreu, em parte, no período, além das economias geradas no contexto do novo Programa de Cargos e Salários e do Programa Performa, dentre outras medidas.

Na comparação com o mesmo período do ano anterior, a queda de 0,4%, reforça o nosso compromisso com a austeridade e a eficiência na gestão das despesas administrativas.



Figura 1. Despesas Administrativas – R\$ milhões



(1) Índice de Eficiência: Despesas Administrativas / Receitas Operacionais. Dados referentes à Demonstração do Resultado com Realocações.

Índice de Eficiência

O índice de eficiência acumulado em 12 meses, que mede a relação entre as despesas administrativas e as receitas operacionais do Banco do Brasil, apresentou piora de 30 bps na comparação com o trimestre anterior.



Índice de Basileia

O BB possui Plano de Capital com visão prospectiva de três anos e considera (a) a Declaração de Apetite e Tolerância a Riscos, (b) a Estratégia Corporativa e (c) o Orçamento Corporativo. Na Declaração de Apetite e Tolerância a Riscos e no Plano de Capital está definido um Índice de Capital Principal mínimo de 11% a partir de janeiro de 2022.

Em março de 2020, o índice de Basileia foi de 19,56% e o índice de capital nível I de 16,6%, sendo 12,89% de capital principal.

Figura 2. Basileia - %

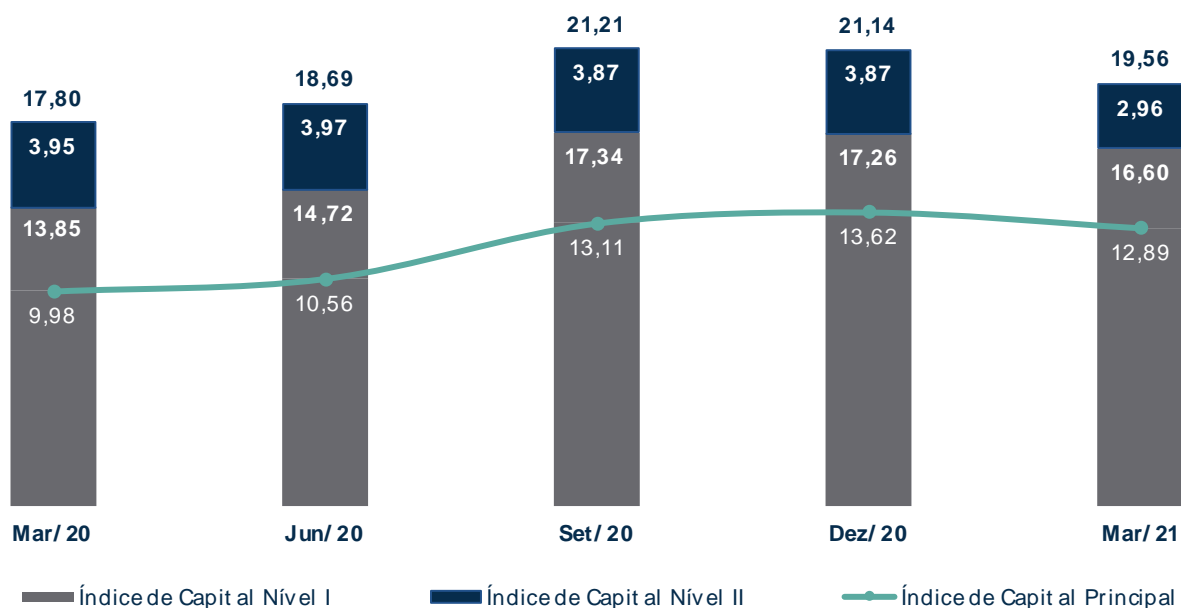
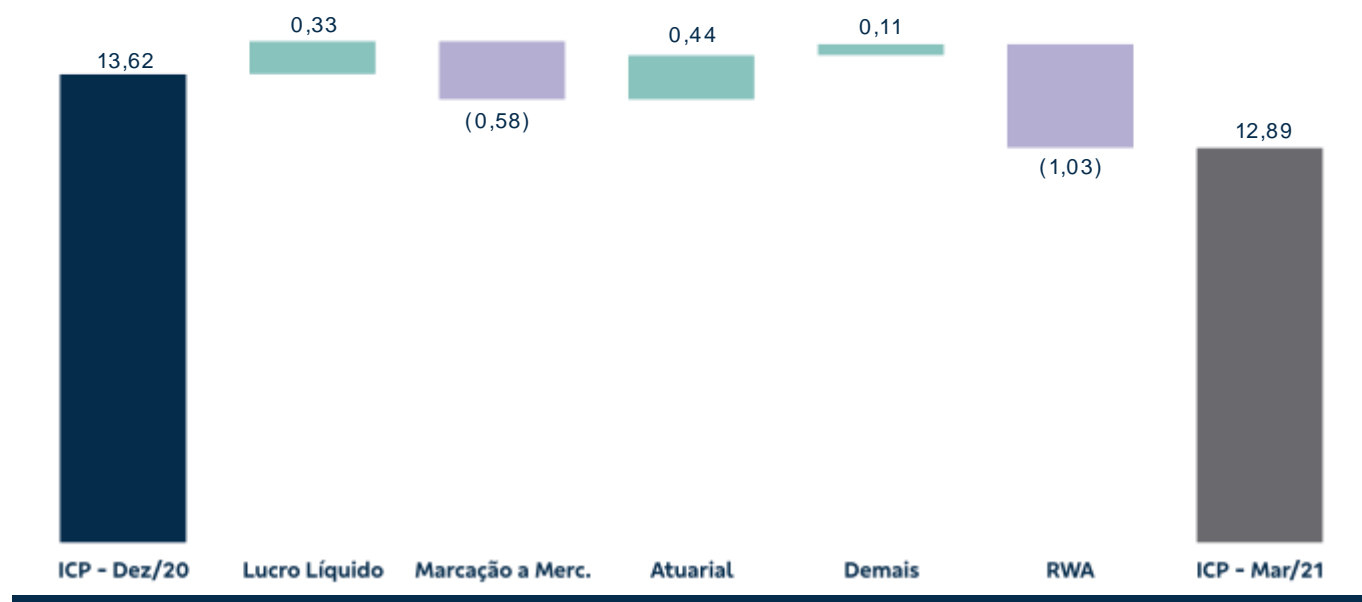




Figura 3. Movimentação no Índice de Capital Principal (ICP) - %



Carteira de Crédito

A Carteira de Crédito Ampliada, que inclui, além da Carteira Interna, TVM privados e garantias, totalizou R\$ 758,3 bilhões em março/21, crescimento de 2,2% na comparação com dezembro/20, com destaque para as operações com o varejo e o agronegócio.

Na comparação com março/20 (+4,5%), destaque para o crescimento do segmento PF (+7,1%) e do MPME (+26,1%) além do aumento de 6,4% do Agronegócios.

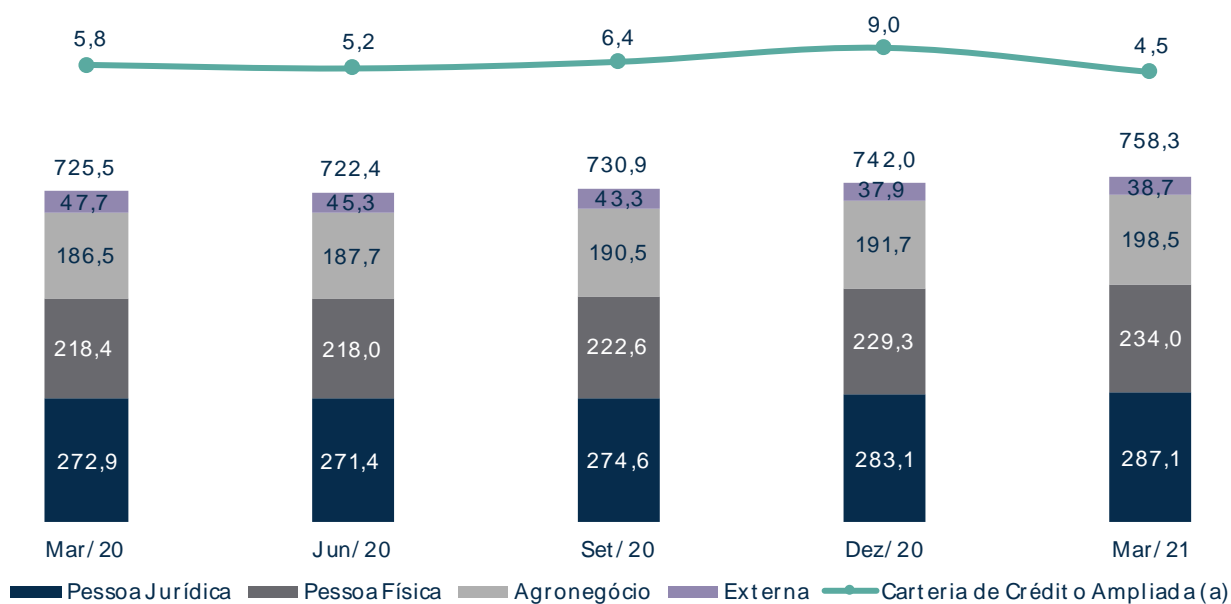
Na comparação com dezembro/20, o crescimento da carteira ampliada PF (+2,0%) pode ser explicado pelo crescimento da linha crédito consignado (+3,2%) e empréstimo pessoal (+12,9%). Na comparação anual (+7,1%), destaque para crédito consignado (+14,2%) e cartão de crédito (+10,3%).

No trimestre, a Carteira de Crédito Pessoa Jurídica Ampliada alcançou o volume de R\$ 287,1 bilhões (+1,4%), com destaque para a linha de Capital de Giro (+2,0%) e para o crescimento de recebíveis (+4,2%). No ano, houve crescimento de 5,2% impulsionado pelo Capital de Giro (+24,2%).

No trimestre, a Carteira de Crédito de Agronegócios ampliada alcançou o volume de R\$ 198,5 bilhões (+3,6%), com destaque para o crescimento do Crédito Rural (+3,2%).

No ano, a carteira ampliada cresceu 6,4% destaque para o Pronaf (+4,5%), custeio agropecuário (+21,1%) e para o investimento agropecuário (+39,0%).

Figura 4. Carteira de Crédito Ampliada – R\$ bilhões



(1) A carteira PJ, segmentos Grandes e MPME, foi reprocessada a partir de dezembro/19 de forma a refletir a revisão de segmento dos clientes que compõem a carteira MPME e migraram para a carteira PJ grandes empresas.



Qualidade do Crédito

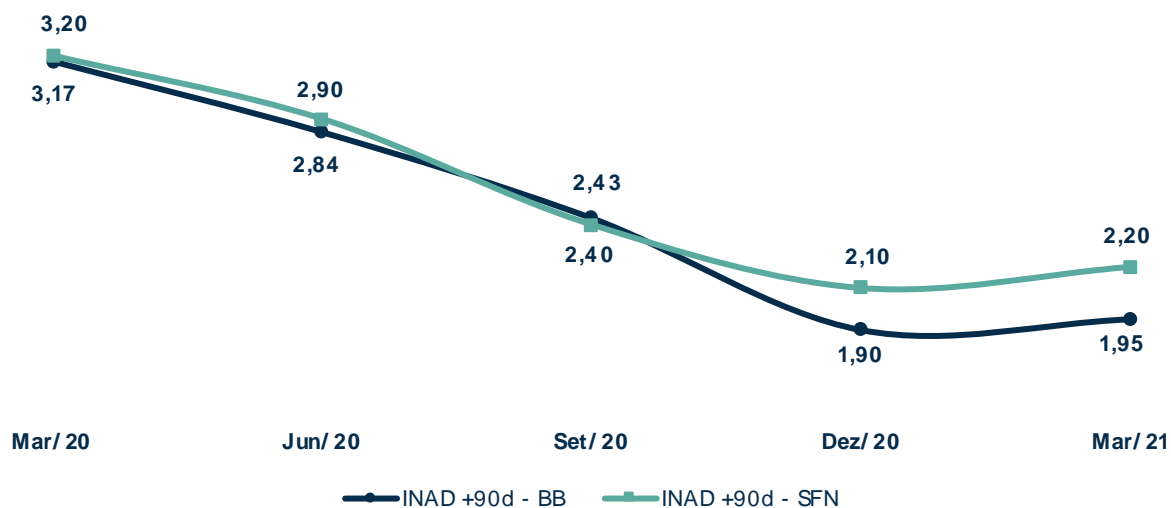
Entre o 1T20 e o 4T20, os dados de inadimplência e cobertura estão majorados em função do efeito de um caso específico do segmento grandes empresas que havia pedido recuperação judicial no 2T19.

No 4T20, houve renegociação deste caso específico, com a transferência do seu saldo do segmento Agro para a carteira renegociada no segmento PJ.

O índice de inadimplência INAD+90d (relação entre as operações vencidas há mais de 90 dias e o saldo da carteira de crédito classificada) mostrou leve crescimento frente a dezembro e alcançou 1,95% em março/21.

O crescimento da inadimplência no trimestre foi influenciado pelo segmento PF.

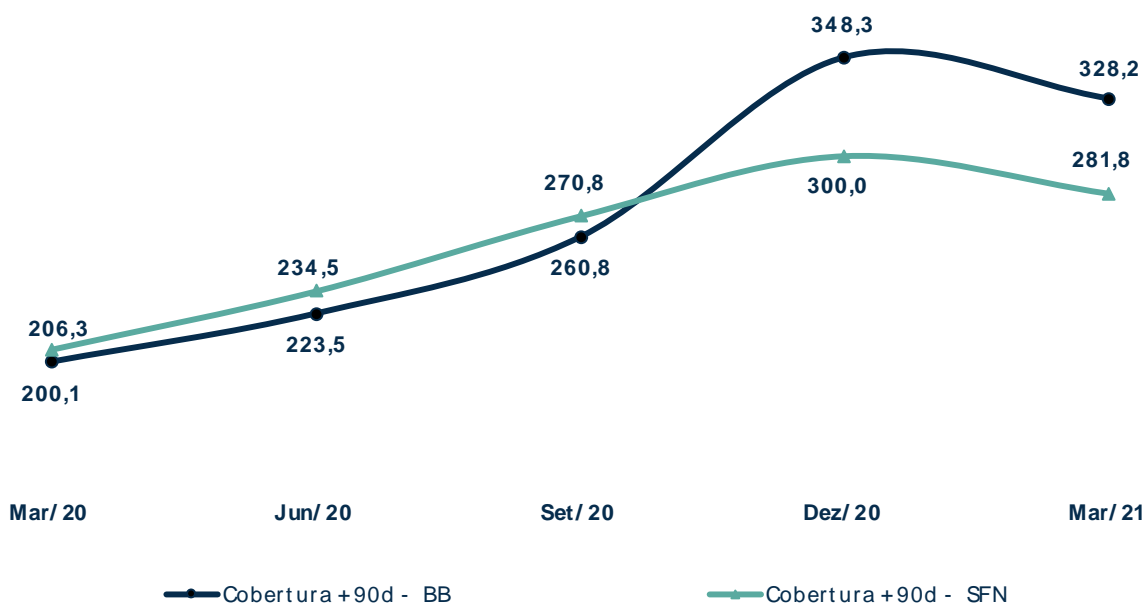
Figura 5. Inad +90d – %





O Banco mantém cobertura compatível com o perfil de risco de sua carteira. O índice de cobertura saiu de 348,3% em dezembro/20 para 328,2% em março/21, em linha com o esperado. As provisões prudentiais constituídas ao longo de 2020 tem a função de absorver os impactos da inadimplência causada pelos efeitos da covid-19 na carteira, como efetivamente aconteceu neste trimestre.

Figura 6. Cobertura¹ – %



1) Relação entre o saldo total de provisão e o saldo das operações de crédito vencidas há mais de 90 dias.



Apoio aos clientes em tempos de pandemia

Diante do cenário de incertezas trazido pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19), o Banco do Brasil tem atuado para prover suporte aos clientes com seriedade, rapidez e segurança, ao mesmo tempo em que fortalece seu compromisso com a sociedade, pela adoção de ações que buscam minimizar os efeitos adversos da atual conjuntura sobre o país.

Créditos Prorrogados

O saldo das operações ativas de crédito prorrogadas, totalizou R\$ 113,8 bilhões em março/21 o que representa 17,1% da carteira de crédito interna, distribuídos em mais de 2,4 milhões de operações. Desse montante, 93,8% das operações possuem rating entre AA e C, e 93,3% das transações não tinham histórico de atraso nos últimos 12 meses. A inadimplência de mais de 15 dias foi de 2,84% enquanto a de mais de 90 dias foi de 0,86%.

Além disso, 65,5% estão atreladas a garantias e mitigadores. O tempo médio de relacionamento dos clientes que prorrogaram operações é de 17,5 anos.

Figura 7. Operações Prorrogadas – R\$ bilhões

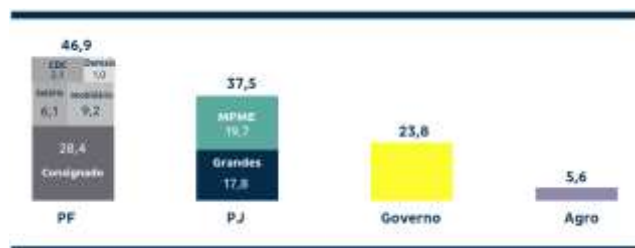


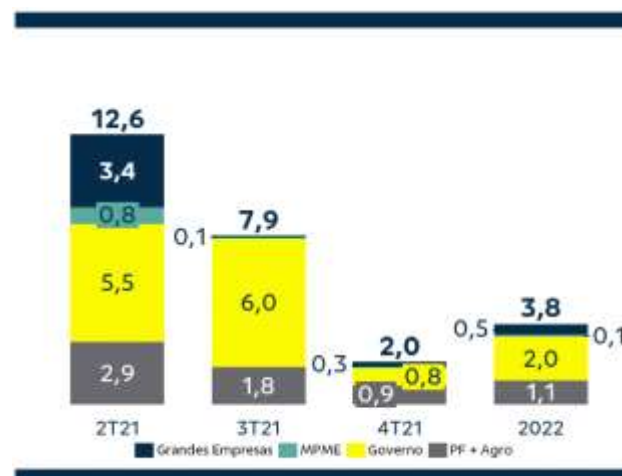
Figura 8. Prorrogações em Carência – R\$ bilhões



A Figura a seguir mostra os vencimentos das operações prorrogadas em carência. No 2T21,

ocorrerá o vencimento de R\$ 12,6 bilhões das operações prorrogadas em carência.

Figura 9. Vencimento das operações prorrogadas em carência – R\$ bilhões



Avaliamos e monitoramos os potenciais impactos na carteira de crédito, considerando as peculiaridades dos diversos segmentos e linhas de crédito e temos adotado medidas proativas para a gestão do risco e do capital. Trabalhamos para preservar a continuidade das nossas operações e a sustentabilidade de longo prazo de nossa empresa e do relacionamento com nossos clientes.



Sustentabilidade

A sustentabilidade está incorporada em nossa estratégia, que tem por premissa a integração da geração de valor econômico à transparência, à governança corporativa e à responsabilidade socioambiental.

O BB acredita na capacidade de desenvolver e ofertar produtos e serviços voltados para uma economia de baixo carbono e inclusiva, que possam agregar cada vez mais qualidade e inovação ao atendimento de nossos clientes e promover menor impacto social e ambiental, de fortalecer a governança corporativa, a gestão da ética e a transparência; de desenvolver o capital humano, valorizar a diversidade e aprimorar as práticas ambientais e de ecoeficiência, assegurando o uso eficiente e sustentável dos recursos naturais.

O Banco desenvolve ações em sustentabilidade há muitos anos, o que permitiu evoluir e obter reconhecimento pelas diversas partes interessadas. Os prêmios e a qualificação em índices de sustentabilidade e rankings e ratings ASG globais e nacionais reforçam nossa posição de destaque no tema. Esse processo está amparado em um Plano de Sustentabilidade que, desde 2005 estabelece ações e indicadores socioambientais e de governança que envolvem toda a empresa em sua realização.

Plano de Sustentabilidade – Agenda 30 BB

Denominado Agenda 30 BB, nosso Plano de Sustentabilidade contribui para o aprimoramento de negócios e práticas administrativas com o objetivo de gerar resultados sustentáveis no curto, médio e longo prazos.

A nova versão do Plano, a Agenda 30 BB 2021-2023, foi atualizada a partir da avaliação de boas práticas e tendências em sustentabilidade, índices de mercado, ratings em sustentabilidade, demandas dos públicos de relacionamento, padrões internacionais e direcionadores estratégicos.

A Agenda 30 BB 2021-2023 conta com 40 ações e 110 indicadores, que impactam positivamente a estratégia de negócios e a agenda global do desenvolvimento sustentável.

Ainda, o BB lançou 10 compromissos de longo prazo em sustentabilidade com metas a serem implementadas até 2030. Esses 10 compromissos buscam auxiliar os clientes na transição para um portfólio mais sustentável; contribuir para que investidores direcionem recursos para companhias que entregam externalidades socioambientais positivas; e melhorar ainda mais a gestão das práticas Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) no Banco por meio do aumento da matriz energética limpa, redução de emissões de gases de efeito estufa, promoção da diversidade e utilização de práticas robustas de governança. Em linha com os compromissos, no 1T20 lançamos uma linha de crédito para financiamento a energia renovável para os clientes pessoas físicas, com contratação 100% digital, disponível apenas pelo App BB.

Figura 10. Compromissos com a Sustentabilidade – R\$ milhões





Carteira de Negócios Sustentáveis

Nossa carteira de negócios sustentáveis compreende o montante das operações/linhas de crédito destinadas a financiar atividades e/ou segmentos que possuem impactos socioambientais positivos, e é composta por operações de crédito para os setores de energias renováveis, eficiência energética, construção, transporte e turismo sustentáveis, água, pesca, floresta, agricultura sustentável e gestão de resíduos. Além disso, para fomentar uma economia inclusiva, nessa carteira são consideradas áreas de cunho social, como: educação, saúde e desenvolvimento local e regional. O volume de recursos foi destinado aos clientes de todos os segmentos, como Pessoa Física (Varejo e Private), empresas de diferentes portes (MPE, Corporate, Atacado) e para o Setor Público.

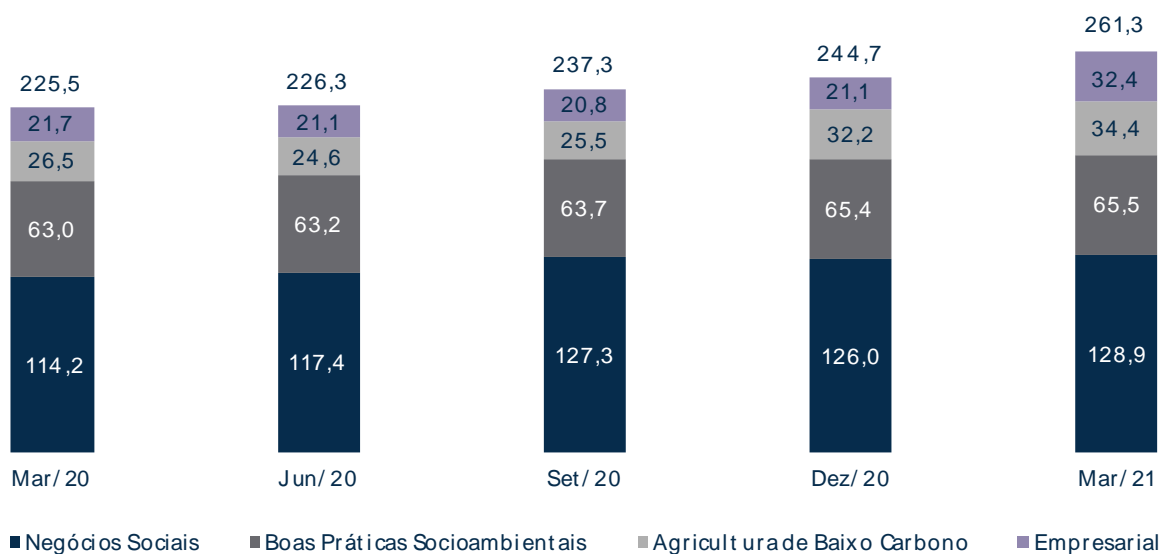
Para garantir ainda mais confiabilidade e robustez à carteira, anteriormente denominada carteira verde, revisamos as linhas de crédito e operações que a compõem tendo como base a metodologia desenvolvida pela Federação Brasileira de Bancos

Em março/21 a carteira apresentou um saldo de R\$ 261,3 bilhões, crescimento de 6,8% no último trimestre e 15,9% em 12 meses, devido principalmente ao desempenho na agricultura sustentável e negócios sociais. No trimestre houve o reprocessamento da base de CNAES de economia verde, baseada na nova taxonomia Febraban, com efeito a partir de Mar/21, o que influenciou a evolução da carteira empresarial.

(Febraban), que trata da mensuração e identificação de recursos alocados em setores da economia verde, e o nosso framework de finanças sustentáveis, que trata da mensuração e identificação de recursos alocados em setores da Economia Verde e negócios com impacto ambiental e social positivos. Submetemos a revisão à avaliação independente da consultoria Sitawi - Finanças do Bem, que emitiu segunda opinião a partir do alinhamento das operações de crédito com padrões internacionais para avaliação de projetos e negócios sustentáveis, atribuindo um rating (de A a C), de acordo com as adicionalidades sociais e ambientais verificadas para cada linha.

Como resultado, as operações obtiveram classificação majoritária de alta adicionalidade (rating A), evidenciando que possuem contribuição positiva e transformacional para o desenvolvimento sustentável e para a transição para uma economia de baixo carbono e inclusiva.

Figura 11. Carteira Sustentável – R\$ milhões



Fundos de Investimento

O BB, por meio de sua gestora de recursos, BB DTVM, vem ampliando a oferta de fundos de investimento cuja seleção de ativos obedece a critérios ASG. No 1T21, o BB passou a ofertar 2 novos fundos de previdência, além dos 10 fundos ASG já existentes para os públicos de varejo e private. Somados, os 12 fundos possuem patrimônio líquido de R\$ 4,1 bilhões, crescimento de 30,5% no trimestre e 196,4% em 12 meses. Em relação ao total de recursos administrados pela BB DTVM, 54,2% dos ativos sob gestão eram avaliados sob aspectos ASG ao final do 1T21.



Clientes

O Banco do Brasil, em sua Estratégia Corporativa (ECBB) 2021-2025, coloca o cliente no centro e assume o compromisso e o desafio de proporcionar-lhe experiências de valor em todos os canais de relacionamento, bem como prioriza ações que ampliem negócios e favoreçam o aumento da satisfação, e conseqüente retenção e atração de novos clientes.

Seguindo as melhores práticas de mercado, o Banco acompanha os principais indicadores com foco na satisfação e consequente fidelidade do cliente, entre eles NPS (Net Promoter Score), CSAT (Customer Satisfaction Score), CES (Customer Effort Score), *churn rate*, índice de qualidade de vendas e também as diversas interações em nossos pontos de contato, o que nos coloca em constante escuta do cliente e aprimoramento, que aliado a

economia comportamental, análises de dados ad hoc, pessoas e tecnologia, nos colocam em posição de alcançar níveis de satisfação cada vez maiores. O investimento em modelos analíticos de cálculo e previsão de Churn merecem destaque, com a finalidade de eliminar as razões que possam impactar a experiência do cliente e elevar a taxa de rotatividade.

Figura 12. Expectativa de NPS



O Banco tem o objetivo claro de elevação de alcançar a melhor experiência para o seu cliente e entre as principais KPIs envolvidas, está o crescimento de pelo menos 56 pontos de NPS até 2024. Destacando-se a força do agro, que tem NPS de 77,8 para o segmento Mega Produtor Rural e de 68,3 para Crédito agro, o que reflete diretamente em resultados de Margem de Contribuição medidas maiores em até 4,8 vezes para os nossos clientes promotores.

Desenhar novos produtos com base na experiência do cliente, requer agilidade e adaptabilidade, atributo que estamos perseguindo. Neste contexto nos deixa satisfeito que o BB tenha sido eleito como mais inovador da América Latina – premiação “The Innovators” da revista Global Finance, mostrando que as iniciativas estão no caminho correto. Para exemplificar algumas das ações do Banco voltadas a centralidade do cliente e inovação, destacamos:

No final de março deste ano, foi lançado o Fundo BB Ação Games, fundo de ações temático para atrair novos investidores ligados ao universo dos games e e-Sports. Os jogos eletrônicos representam a maior indústria de entretenimento do planeta, movimentando 126,6 bilhões de dólares no último ano. Com esta estratégia, o BB facilita a aproximação do público jovem, fazendo parte da realidade de empresas do mundo gamer, gerando um maior conquista e engajamento deste público promissor.

O BB levou o Pix para dentro do WhatsApp, permitindo aos clientes cadastrar suas chaves, pagar, receber, gerar QR Code ou consultar um extrato do Pix por mensagens de texto ou voz. Esta iniciativa já está entre as 11 mais inovadoras em tecnologia móvel no Brasil. O BB começou a oferecer aos seus clientes primeiro fundo de



índice (ETF) brasileiro de criptomoedas, o Hashdex Nasdaq Crypto Index Fundo de Índice (HASH11), disponibilizando investimentos aos clientes com exposição direta aos criptoativos como Bitcoin, Litecoin, Chainlink e Ethereum.

A Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, exigência do Conselho Monetário Nacional (CMN), reforça o compromisso de aprimorar o relacionamento com o cliente. Essa política orienta o comportamento e a condução das atividades com observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.



Estratégia Digital

O primeiro trimestre de 2021 foi marcado por diversas consequências sociais e econômicas resultantes da pandemia COVID-19. A adoção dos meios digitais para efetivação de diversos serviços cotidianos continuou se fortalecendo como novo hábito para milhões de brasileiros.

Das compras no supermercado aos encontros sociais de forma remota, o digital se apresentou não mais como uma forte tendência futura, mas sim como a forma atual de presença dos nossos dias. Seguindo essa nova certeza para este momento, o Banco do Brasil investiu em ações para possibilitar a gestão e acesso a soluções financeiras digitais em diversas frentes.



ENGAJAMENTO DIGITAL

Terminamos o 1T21 com 20,8 milhões de clientes ativos nas plataformas digitais, enquanto as transações realizadas pelos canais de internet e mobile representaram 90,3% das transações realizadas pelos nossos clientes, um aumento de 3,8 pontos percentuais em comparação com dez/2020 (86,5%).

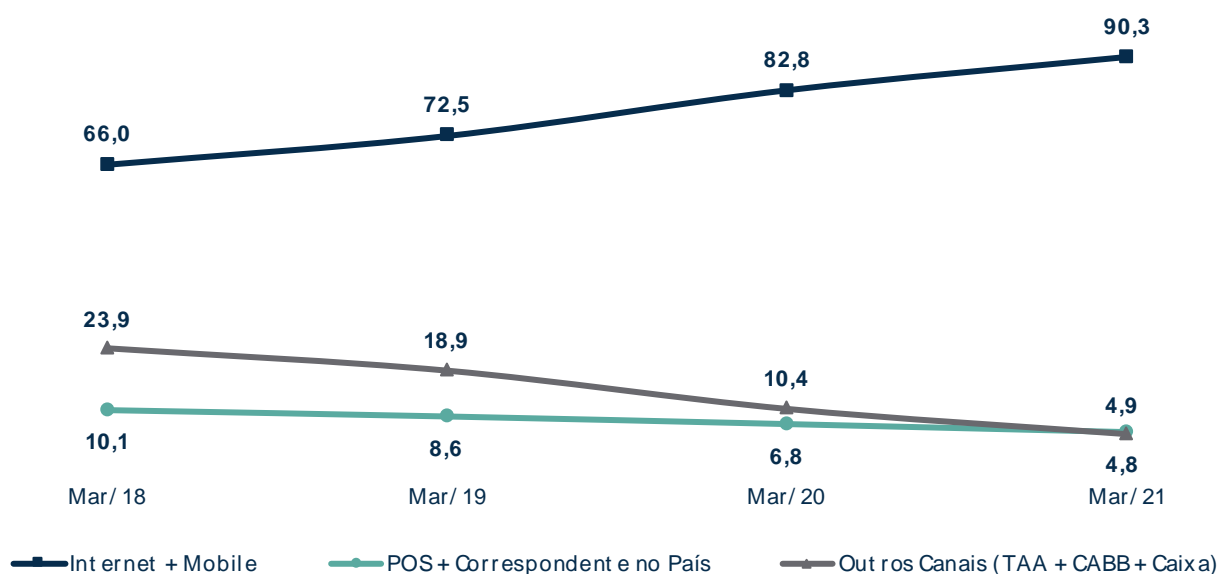
O App Banco do Brasil permaneceu como um dos mais bem avaliados da indústria financeira nas lojas de apps com avaliação de 4,7 no Google Play (a avaliação já foi feita por mais de 3,5 milhões de usuários) e 4,7 na Apple Store (sendo avaliado por mais de 1,9 milhão de usuários), em uma escala com pontuação máxima de 5 estrelas.

Seguindo a tendência de adoção dos canais digitais o BB alcançou ao final deste primeiro trimestre o

número de 19,1 milhões de usuários no App. Deste total, 83,20% estão habilitados para transacionar: um crescimento de 16,2% em doze meses.

A migração de clientes para os canais digitais também resultou em aumento dos negócios realizados integralmente via digital. As plataformas digitais (internet e mobile) representaram 45,0% do desembolso em crédito pessoal, 12,2% no crédito consignado, 41,8% no crédito veículos e 20,4% no crédito imobiliário. Considerando o volume de aplicações e resgates atingimos 38,0% em fundos de investimento. No 1T21, 32,3% na quantidade de operações em serviços (contas, pacotes de serviços, fundos de investimento, cartão, capitalização, seguros e consórcios) foram realizadas por meio de canais digitais.

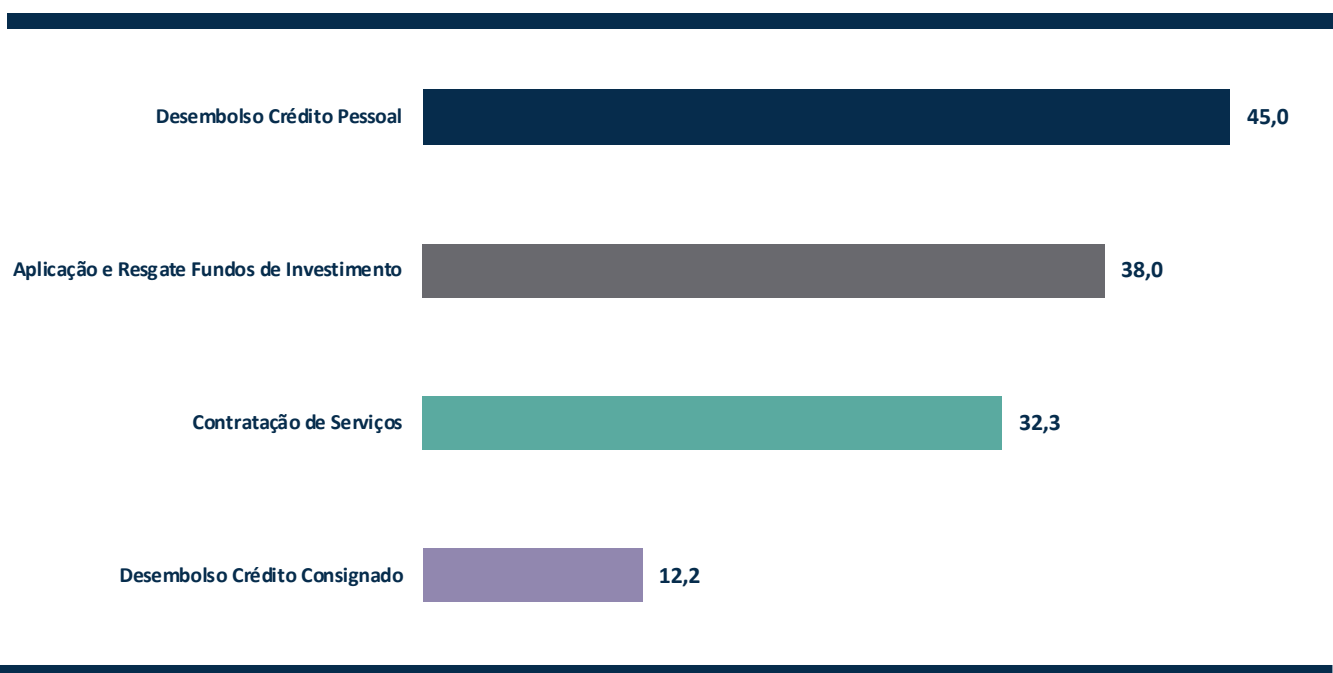
Figura 13. Participação dos Canais de Atendimento nas Transações – %





O BB alcançou o número de 6,5 milhões de clientes nativos digitais, ou seja, que começaram o relacionamento com o Banco, por meio das plataformas digitais, inclusive pelo *wallet*, apresentou crescimento de 42,6% em doze meses.

Figura 14. Participação das Plataformas Digitais nas Operações Bancárias – %

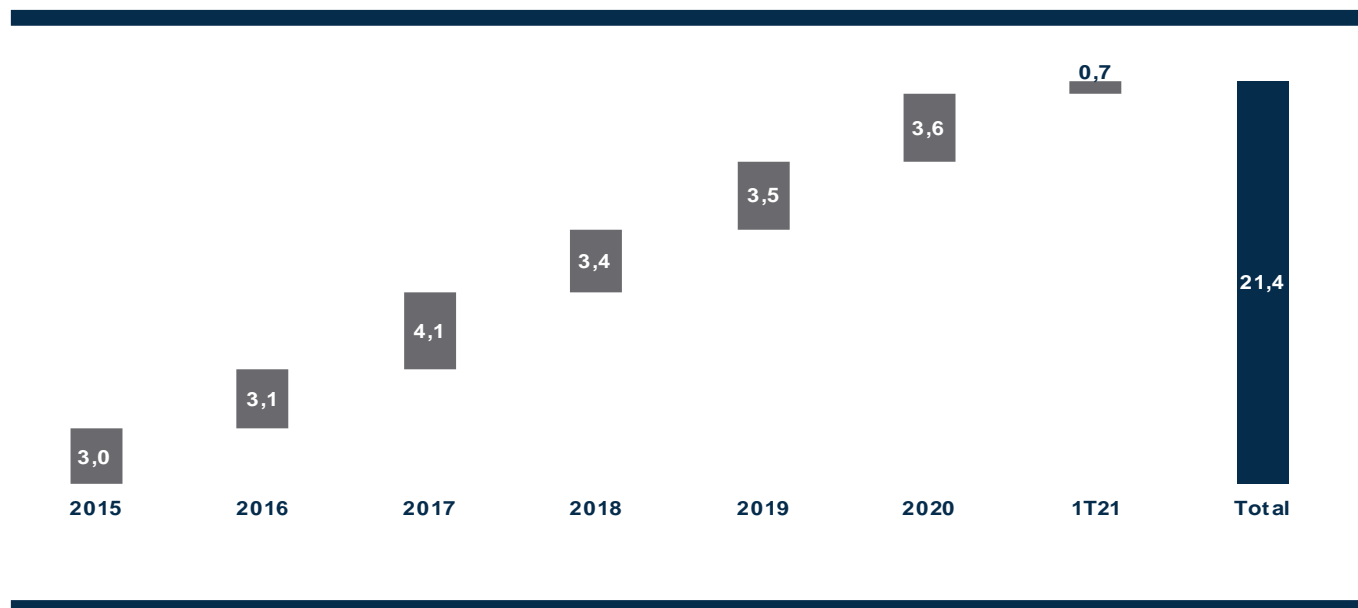


Investimentos em Tecnologia

O Banco do Brasil investe permanentemente em tecnologia com o objetivo de melhorar a eficiência operacional, reduzir as perdas operacionais, expandir os negócios e melhorar o atendimento ao cliente. Durante o período de 2015 até o 1T21 foi investido o montante de R\$ 21,4 bilhões.

Na próxima figura pode-se observar a série do total investido.

Figura 15. Investimentos em Tecnologia – R\$ bilhões



Open Banking

Para além do atendimento às exigências normativas, que determinam o compartilhamento de dados, produtos e serviços, o Open Banking traz oportunidades de distribuição de produtos e serviços próprios em canais de terceiros, com foco na ampliação da capilaridade digital, e, também, de oferta de produtos e serviços de terceiros nos canais próprios, com foco na experiência do cliente. De modo geral, essa abertura amplia as fronteiras de atuação, trazendo mais competitividade, mas também permitindo ofertas customizadas e de maior valor agregado ao cliente.

O Sistema Financeiro Aberto, cujo processo de implementação consta da Resolução Conjunta N° 1, teve seu momento de estreia em 01/02/2021 com a disponibilização das informações referentes ao Open Data, ou seja, com as instituições participantes disponibilizando informações, de maneira padronizada, sobre canais de atendimento

e características de produtos e serviços – conta, cartão e crédito (escopo dessa primeira entrega).

O BB Iniciou sua jornada no ambiente Open Banking expondo as APIs exigidas de maneira integralmente adequadas ao esperado pelo Regulador, conforme especificações técnicas e disponibilidade sempre acima do mínimo esperado, confirmando a qualidade das soluções. Essa qualidade se reflete também na construção dos serviços dedicados à integração digital, do ponto de vista negocial.

No contexto do Open Banking, atuando na oferta de produtos e serviços em plataformas de terceiros, o BB tem a oportunidade de oferecer nossas soluções dentro da jornada escolhida pelo cliente. Por meio de 16 APIs, o BB integrou mais de 650 parceiros e/ou clientes e busca ampliar e escalar com qualidade as soluções disponíveis.

Nesse cenário, o Banco do Brasil foi o primeiro banco a desenvolver soluções de crédito por API,

ainda em 2017, e hoje é a instituição financeira com maior quantidade de interfaces disponíveis. O Portal do desenvolvedor, lançado no mesmo ano e reformulado em dezembro de 2020, permite uma jornada digital de ponta a ponta para a integração, incluindo ambiente de teste das soluções, além de conectar o público desenvolvedor, mantendo ativa uma comunidade que contribui para a construção e melhoraria dos nossos serviços. Atualmente, o BB conta com 4 APIs inteiramente digitais para consumo via Portal do Desenvolvedor: Cobrança, PIX, Canais de Atendimento e Produtos e Serviços,

as duas primeiras recebendo avaliação 5 estrelas do portal Open Banking Radar (<https://openbankingradar.com/>) e as duas últimas relacionadas ao Open Banking Regulatório.

No primeiro trimestre, foram 16 APIs negociais integradas e com chamadas. A redução de uma API frente ao 4T20 ocorreu em virtude da qualificação técnica de nosso portfólio, descontinuando uma antiga solução relacionada a cartão de crédito. As APIs regulatórias, Canais de Atendimento e Produtos e Serviço, são igualmente disponibilizadas no Portal do Desenvolvedor.

Figura 16. Quantidade de Parceiros e APIs

Indicador	Quantidade de Parceiros e APIs	Mar/ 20	Jun/ 20	Set/ 20	Dez/ 20	Mar/ 21
APIs com Chamadas em Produção		11	12	13	17	16
APIs Regulatórias		-	-	-	-	2
Parceiros com Chamadas em Produção		30	63	163	307	653
Parceiros em Teste		8	27	100	273	726

O BB se mantém ativo nos diversos fóruns estabelecidos para a discussão e detalhamento dos normativos relacionados ao Open Banking, atualmente focados na especificação da Fase 3, que endereça a operacionalização da iniciação de transação de pagamento e do encaminhamento de proposta de operação de crédito. Com relação a implementação da Fase 2, prevista para ocorrer em 15/07/2021, o BB está trabalhando para disponibilizar todo o processo de compartilhamento de dados cadastrais e

transacionais, mediante consentimento dos clientes, bem como se estrutura para consumir tais dados, com vistas a ampliar o leque de produtos e serviços à disposição de seus clientes e futuros clientes, nesse sistema financeiro aberto. Nesse sentido, será possível oferecer uma experiência completa aos clientes, ampliando a assertividade das ofertas e uma personalização das soluções financeiras cada vez mais aderente à necessidade individual de cada cliente.

PIX

O Pix é um Sistema de Pagamentos Instantâneos criado pelo Banco Central do Brasil, em que as

transferências e pagamentos são realizados em segundos, 24 horas por dia, 7 dias por semana.



Com ele o Brasil vai reduzir a fabricação de papel-moeda, as emissões de boletos e os encargos das transferências. Ou seja, Pix é mais sustentável para todo mundo. O BB foi primeiro banco a atender as exigências do regulador, o único a permitir o PIX por comando de voz e finalizou 2020 com 30% de participação de mercado no volume de recursos.

Essa vanguarda gera impactos na relevância do BB para o sistema PIX: de todo o volume transferido pelos brasileiros via Pix, 30,7% passam pelo Banco do Brasil, segundo os dados do Banco Central (Bacen). No final de março de 2021, o BB possuía mais de 12 milhões de chaves cadastradas e 88,5% dos clientes cadastrados já receberam ou enviaram recursos pelo Pix.

Além disso, o valor médio dos recursos que entram nas contas do Banco é 7,3% maior do que as transferências feitas por nossos clientes para as outras 751 instituições participantes da modalidade.

O mobile é o canal preferido dos nossos clientes pessoas físicas, que fazem 98,8% das transações Pix pelo canal. Na pessoa jurídica, o principal canal utilizado é o Mobile - APJ Atacado, com 54% das transações.

Já para as empresas, o BB está preparado para as mudanças que serão trazidas com soluções que atenderão às necessidades dos clientes, como no

sistema de cobrança, onde o fator de conciliação de pagamentos é fundamental e poderão estar conectados com a logística e distribuição no comércio eletrônico, por exemplo. O Banco tem desenvolvido ainda APIs de todos os produtos de *cash management* para que as contas a pagar e a receber sejam adaptados ao sistema de pagamentos instantâneos, trazendo novas possibilidades de negócios e fidelização dos clientes.

Para o Setor Público, estamos desenvolvendo soluções de arrecadação que incorporam o uso do Pix no pagamento de impostos, multas e taxas diversas. Com a novidade, os gestores públicos poderão ampliar a oferta dos canais de arrecadação atualmente disponíveis, sem a necessidade de novos investimentos.

Estamos preparados para atender com toda segurança, rapidez e custo-benefício para nossos clientes. Veja mais em www.bb.com.br/pix.

Cuponeria no App BB

O Banco do Brasil entende que cuidar do que é valioso para seus clientes vai muito além de prover soluções financeiras. Por isso, tem trabalhado para expandir e diversificar a oferta de serviços não

financeiros que agreguem valor ao relacionamento em suas plataformas digitais.

Essa estratégia é motivada pelo aprofundamento do relacionamento com nossa grande base de



clientes assim como na expansão de oportunidades de negócios em um ecossistema cada vez mais integrado B2C e B2B.

No final de dezembro de 2020, o BB disponibilizou a venda de *giftcards* – cartões presente de recargas para os principais serviços digitais – no aplicativo Banco do Brasil para todos os seus clientes. Eles funcionam como créditos pré-pagos online para serviços e produtos que utilizam esse método de pagamento, como Uber, Spotify, Xbox, Google Play, entre outras.

Conexão com Startups

Experimentar e firmar parcerias com startups é um dos elementos core da inovação no Banco do Brasil. Seja por meio de acordos comerciais, fornecimento ou investimento, um dos direcionadores de nossa estratégia é a conexão com startups. A lógica digital é fascinante e altera profundamente a forma de gerar e entregar valor para o cliente. Pluga e despluga, reorganiza e ajusta a partir do que o cliente quer. Para empresas centenárias como o Banco do Brasil, contar com a força competitiva de empresas de base tecnológica obcecadas em resolver alguma dor do cliente e superar suas expectativas é fundamental para aumentar a agilidade e a potência do valor para o cliente.

A era digital elevou a exigência dos consumidores, bem como transformou a dinâmica do setor bancário. Em um mercado extremamente competitivo que requer agilidade e capacidade adaptativa, as parcerias se apresentam como parte relevante do processo de transformação da indústria. O Banco do Brasil reconhece a necessidade imperativa de estender seu alcance criando e participando de ecossistemas que ofereçam relevância aos seus clientes. Dialogamos

A venda de *giftcards* até o primeiro trimestre de 2021 totalizou mais de 315 mil *gifts*, alcançando mais de 93 mil clientes que acessaram a solução via mobile. A expansão de parcerias continua ocorrendo, sendo o iFood a mais recente a integrar na prateleira de *giftcards* do App BB. No 1T21 essa iniciativa arrecadou mais de R\$ 830 mil em receitas.

Com essa solução, o Banco antecipa mais uma experiência de Open Banking e inicia a oferta de produtos e serviços não financeiros para os clientes.

constantemente com o mercado procurando identificar oportunidades que possam ser exploradas conjuntamente entre o Banco do Brasil e os parceiros.

Terminamos o 1T21 com parcerias sólidas com startups e fintechs, como Resale, ContaAzul, MagaluPay, SpinPay, BxBlue, BomPraCrédito, JurosBaixos e Conciliadora.

Também, seguindo as melhores práticas de mercado, demos início em fevereiro deste ano a uma parceria com o Instituto Empreender Endeavor Brasil para a jornada de aceleração e geração de negócios, no Programa de Aceleração Scale-Up Endeavor Smart Cities.

O objetivo é fazer bons negócios, inovar e apoiar o sucesso de empresas de tecnologia, posicionando o Banco do Brasil como um agente relevante no ecossistema de inovação.

Mas a parceria é apenas um dos caminhos da Inovação Aberta que o Banco do Brasil enxerga como oportunidade para se inserir no ecossistema de startups. Outra forma é via Corporate Venture Capital (CVC), que complementa os esforços internos de P&D. O programa de CVC do Banco do

Brasil lançado em 2020, vislumbra não somente retorno financeiro, mas, primariamente, retorno estratégico.

Com essa visão, para orientar nossos esforços de investimentos, definimos quatro grandes verticais que são foco do Banco do Brasil: Experiência do Cliente, Fintechs, Agtechs e Govtechs. Para este

ano, já contamos com um capital comprometido de 65 milhões.

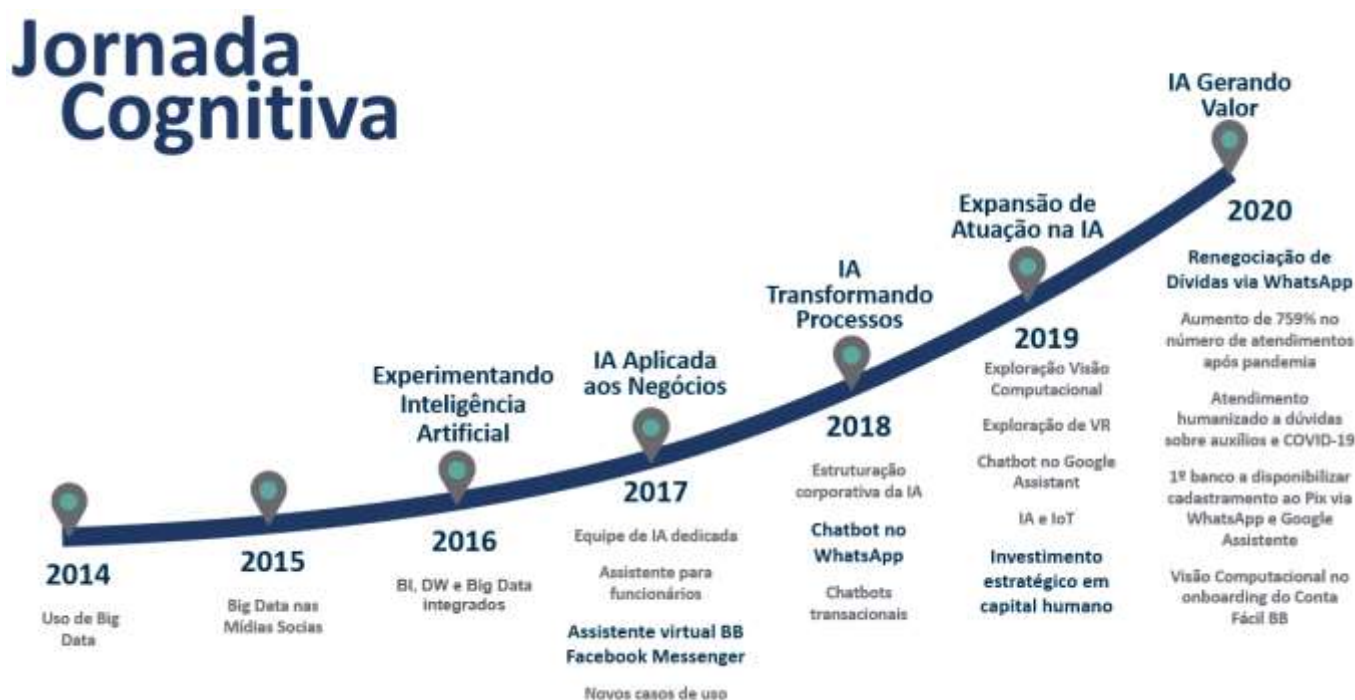
Conheça mais sobre nosso Programa de Investimento em Startups em:

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/startups/programa-de-investimento-em-startups-do-bb#/>

Inteligência Artificial

O propósito de utilizar a inteligência artificial no Banco do Brasil é potencializar a eficiência, simplificação e usabilidade dos processos, além de otimizar a tomada de decisão e promover engajamento com clientes, funcionários e demais partes interessadas. O objetivo é aumentar a capacidade humana de tomada de decisões, realização de negócios ou resolução dos desafios dos clientes.

Figura 17. Jornada de Inteligência Artificial no BB



O BB iniciou em 2016 um centro de experimentação em inteligência artificial, que teve como foco no primeiro momento uma solução para uso dos funcionários. Tratava-se de um assunto complexo – renegociação de dívidas. Até aquele momento, o índice de atendimento resolutivo em primeiro contato (FCR) era de 70% para questionamentos envolvendo este tema. Após a implementação de um assistente virtual para auxiliar os funcionários no atendimento, este índice subiu para 96%.



Este resultado nos deu uma dimensão do poder que a inteligência artificial poderia exercer sobre nossa capacidade de atendimento. Após avaliação, o Facebook foi o canal escolhido para que o BB pudesse interagir via chatbot, possibilitando não apenas o teste da tecnologia como medir a aceitação dos usuários da rede social.

Em 2018, expandimos para a utilização dos *chatbots* no atendimento via Whatsapp, o que aumentou a escala de interações. Este contexto nos levou à criação de uma estrutura exclusiva para o ensino de inteligência artificial para *chatbots* – A Escola de Robô, hoje evoluída para Central de Atendimento Digital.

Conectada diretamente ao atendimento ao cliente, a estrutura abriga funcionários que detêm a expertise em atendimento e ensinam ao assistente virtual tudo o que ele precisa saber para atender com agilidade e eficiência aos clientes do BB.

Nos anos de 2019 e 2020 o BB intensificou a experimentação em inteligência artificial direcionada ao processamento de voz, imagem e vídeo, especialmente com o atendimento por voz no Google Assistant.

Além de investir em interfaces para engajamento de clientes, o BB também está investindo em automação inteligente de processos. Neste ano, implementamos em grande escala uma solução de imagem que reconhece e extrai informações de documentos recebidos pelos clientes na abertura de conta corrente via *onboarding* digital.

O Centro de Aceleração, Pesquisa e Inovação em Inteligência Artificial do BB está organizado em *squads* multidisciplinares, modelo que gera sinergia entre as áreas de negócios, que participam diretamente da evolução das soluções inteligentes

para seus clientes com os especialistas em IA que trabalham com autonomia e diversidade. Essa organização estimula um ambiente colaborativo e eleva o domínio de todos os envolvidos sobre Inteligência Artificial.

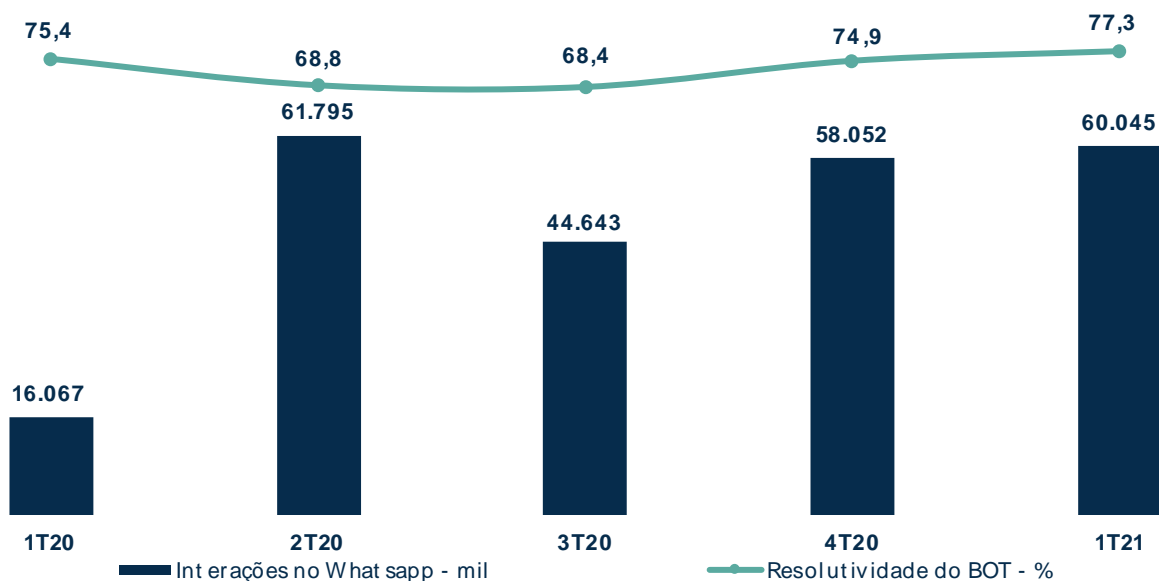
Além do Centro, a organização em times ágeis permite que façamos a transferência de conhecimento para as demais equipes de TI do Banco.

O objetivo é que, ao longo do tempo, as áreas sejam capazes de aplicar a Inteligência Artificial em todas as soluções possíveis do Banco, ao passo que o Centro se dedicará à pesquisa, estruturação de serviços e inovação.

O 1T21 foi direcionado à elaboração e aprovação de uma estratégia de Inteligência Artificial para os próximos dois anos. Este trabalho envolve a priorização de iniciativas, recursos, ações de capacitação e disseminação para expandir o uso da Inteligência Artificial no BB de maneira ordenada e sustentável.

Além disso, o BB contratou mão-de-obra especializada para impulsionar iniciativas em andamento nas áreas de atendimento e relacionamento com o cliente, processos de *backoffice* (melhoria no suporte à decisão e na eficiência operacional) e segurança.

Figura 18. Interações no WhatsApp X Resolutividade do Bot



Inteligência Analítica

Em 2017, o Banco do Brasil iniciou um grupo de trabalho para planejar e disseminar o uso de Inteligência Analítica em toda instituição, o que culminou na criação da Unidade de Inteligência Analítica em 2020.

Neste ano, foi implementado modelo de Governança de Inteligência Analítica estruturado para abordar Estratégias, Pessoas, Dados, Tecnologias e Gestão de Modelos Analíticos. Esse modelo contempla atividades que contribuem para a evolução do nível de maturidade analítica do Banco, o que impacta diretamente na melhora da experiência do cliente na utilização dos produtos e serviços.

A organização das informações no portfólio do BB contempla o uso de Domínios de Informação, facilitando o controle, qualidade e compartilhamento dos dados entre as unidades.

Indicadores usados na governança permitem acompanhar a implantação de modelos preditivos e prescritivos para cada iniciativa apresentada.

Isso é suportado por toda tecnologia disponível no banco e a arquitetura técnica converge o ferramental e infraestrutura necessários para a construção, avaliação, implantação, acompanhamento e governança dos modelos e soluções analíticas desenvolvidos.

Para o treinamento dos funcionários e a disseminação da cultura analítica no Banco, foi criada uma trilha de capacitação priorizando a formação de cientistas e engenheiros de dados, dentre outros cursos que aprimoram a atuação nesse campo.

Para atendimento e interação com as diversas áreas de negócio do Banco, as estruturas de inteligência analítica trabalham em tribos e *squads*



multidisciplinares. Isso gera sinergia entre as equipes que desenvolvem produtos ou soluções e os especialistas em analytics. Esse ambiente colaborativo facilita o acesso aos dados disponíveis, o compartilhamento de

conhecimentos e acelera as entregas para melhor atender os clientes.

Abaixo, os principais destaques do período:

- **Atualização Automática da Produção Agropecuária:** Foi projetada a redução de 350 mil interações nas agências no período 2020/2021 com a atualização do cadastro de produção agropecuária de forma digital.
- **Infraestrutura e inteligência analítica para abordagem *real time*:** Para melhorar a experiência dos clientes com o atendimento digital, evoluímos a capacidade de ofertar produtos como crédito e cartões para pessoas físicas em tempo real, o que permitiu alcançar mais de 500 mil ofertas por dia com modelos analíticos baseado em ações dos clientes.
- **PiX para Pessoa Jurídica:** Foram analisados os dados de mais de 2,5 milhões de clientes PJ do BB e segmentamos os perfis indicando grupos de clientes com comportamentos similares de utilização de serviços impactados pelo PIX. Essa iniciativa permite definir estratégias para otimizar a experiência do cliente com a indicação do melhor canal de oferta, considerando a maior probabilidade de sucesso.
- **PiX para Pessoa Física:** O BB utilizou de *machine learning* para segmentar os clientes PF e definir uma estratégia de abordagem específica. Para isso foram analisadas milhões de transações de pagamentos, dados de multibancarização, informações sobre o uso de cartões, pontos de interação mais frequentes e dados sociodemográficos.
- **Automatização da validação de dados pessoais para *On-boarding*:** Iniciado em outubro/2020 a automatização dos processos de validação dos dados dos clientes, com a meta de atingir 70% de automatização nas decisões sobre validação de dados pessoais.

Assistentes Virtuais

O Banco do Brasil busca facilitar a jornada do cliente também ampliando o atendimento com os assistentes virtuais. Atualmente, o BB utiliza inteligência artificial para atender no WhatsApp, Google Assistente, Facebook, Twitter, Carteira BB e no autoatendimento pela internet. No WhatsApp, além de um atendimento completo, oferecemos transações bancárias e de serviços para clientes PF e PJ.

O BB tem investido para que os clientes encontrem nos assistentes virtuais um atendimento que auxilie em seu dia a dia, sem que seja preciso um atendimento humano. Um exemplo é o Pix - O BB foi a primeira instituição financeira a oferecer o cadastro de chaves, a possibilidade de realizar as transações e a consulta do extrato de Pix realizados, por meio do assistente no WhatsApp.

Sabendo que os brasileiros gostam de enviar áudios, o assistente do Banco do Brasil também está preparado para entender comandos de voz e realizar consultas no WhatsApp e no Google Assistente. Em breve, estará disponível também na Alexa.



No ano passado, foi ampliado o número de clientes com acesso aos assistentes virtuais e no 1T21 o BB alcançou 4,4 milhões de clientes ativos, 63,7 milhões de interações e 7,7 milhões de atendimentos por esses canais.

Com objetivo de aprimorar constantemente a usabilidade e o conteúdo apresentado no canal, o Banco ampliou a área responsável pela curadoria do assistente virtual (CAD – Central de Atendimento Digital) e irá investir em capacitação da equipe. Os *bots* serão ainda mais capazes de dialogar de maneira próxima, com linguagem e elementos de fácil compreensão, buscando a resolutividade, oferta de serviços e satisfação dos clientes.



Projeções Corporativas 2021

Tabela 6. Projeções corporativas para 2021

	Projeções 2021	Observado 1T21
Lucro Líquido Ajustado - R\$ bilhões	16,0 a 19,0	4.9
Margem Financeira Bruta - %	2,5 a 6,5	4.0
Carteira de Crédito ¹ - %	8,0 a 12,0	5.8
Negócios Varejo ² - %	9,0 a 13,0	11.6
Atacado PJ ³ - %	7,0 a 11,0	-7.3
Rural - %	7,0 a 11,0	9.2
Receitas de Prestação de Serviços - %	-1,5 a 1,5	-2.7
Despesas Administrativas - %	-1,5 a 1,5	-0.4
PCLD Ampliada - R\$ bilhões	-17,0 a -14,0	-2.5

1-Carteira de Crédito: considera a carteira doméstica orgânica, adicionada de TVM Privados e Garantias e não considera crédito a Governo; 2-Negócios Varejo: considera carteira Pessoa Física e segmento MPME, com faturamento anual de até R\$ 200 milhões; 3-Atacado PJ: considera Grandes Empresas com faturamento anual superior a R\$ 200 milhões e Crédito Agroindustrial.

Desvios das Projeções Corporativas

No 1T21, os seguintes indicadores apresentaram desvio em relação ao esperado para o ano:

- Carteira de Crédito:** impactada pelo desempenho da carteira Atacado PJ;
- Carteira Atacado PJ:** performance influenciada pelo comportamento atípico em março/20 (início da pandemia). Desempenho com perspectiva de finalizar o ano dentro do intervalo;
- Receitas de Prestação de Serviços:** desempenho alinhado com a estratégia adotada para o exercício.