

Apresentação de resultados da Rodobens

Referente ao 2T21

Gil Silva Neto:

Boa tarde a todos e obrigado por aguardarem. Senhoras e senhores, sejam bem-vindos a teleconferência de apresentação de resultados da Rodobens referente ao 2T21. Meu nome é Gil e sou gerente da Área de Relações com Investidores. Estão presentes conosco: Líbano Barroso, nosso CEO, e Bruno Costa, Diretor de Relações com Investidores. Informamos que os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas.

Na sessão de Q&A, pedimos para que as perguntas sejam enviadas pela plataforma de *webcast* e os analistas presentes na sala do *Teams*, por gentileza, sinalizar antes de realizar a pergunta. Informamos que a videoconferência é gravada, e antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que, eventuais declarações que possam ser feitas durante a videoconferência relativa as perspectivas dos negócios da Companhia, devem ser tratadas como previsões.

Investidores e analistas devem compreender que em condições gerais, condições do setor e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da Rodobens e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais condições futuras. Gostaria agora de passar a palavra ao nosso CEO Líbano Barroso, que iniciará a apresentação. Por favor, Líbano.

Líbano Barroso:

Obrigado, Gil. Obrigado. Eu e Bruno faremos a apresentação. Iremos dividir, eu farei a 1ª parte, depois passo para o Bruno.

Boa tarde. Muito obrigado por estarem conosco aqui. Iremos divulgar aqui, o resultado do 2T e, também falar dos números do semestre. Mas, já adianto que foi um semestre especial. Mostraremos que estamos fortes e firmes em nossa trajetória de crescimento e com rentabilidade.

Começando. Bom, nós somos uma plataforma de serviços financeiros que se alavanca no ecossistema do varejo automotivo. Vocês podem ver ao lado esquerdo, esta representação de uma integração. Falarei um pouco mais sobre cada negócio, cada visão, mas o mais importante é que, nós buscamos dar soluções personalizadas para os nossos clientes, nossos parceiros.

Somos e nosso propósito de negócio é ser o parceiro do próximo passo. Integramos serviços financeiros com varejo automotivo, somos um ecossistema único de serviços financeiros, que se alavanca neste *hub* do varejo automotivo, escalando através de plataformas digitais.

Semelhante a outras plataformas, nós temos crescimento. Mas, vocês verão que o nosso crescimento nos coloca em um posicionamento único, porque nós temos um crescimento com rentabilidade e rentabilidade que vira caixa. Então, é uma combinação forte de crescimento, lucro e caixa.

Nós fazemos isso, através de uma alta capilaridade em nossa distribuição, através de uma plataforma *omnichannel fisital*, onde nós temos mais de 2 mil e 700 pontos de venda, dos quais ,46 são nossos pontos de venda, nossas revendas, os demais são todos parceiros no sucesso. Mais de 3 mil e 500 agentes comissionados, e mais de 500, esses comissionados no êxito, no sucesso e mais de 500 funcionários nossos, colaboradores nossos, em todo o Brasil, através dos nossos canais.

Nós estamos presentes no varejo automotivo através de uma grande rede, tanto nossa, quanto de parceiros de longa data históricos. Nós representamos, e, junto com eles, nós distribuimos nossos produtos em várias marcas e nossos serviços financeiros também, através de várias marcas.

Temos uma cultura fortíssima de parceria e acordos *White Label*. Não fazemos questão que nossa marca apareça, quem tem que aparecer forte, é a marca do nosso parceiro.

Então, esta cultura nossa, de fortalecer isto, faz com que nós representemos marcas icônicas no Brasil, onde até a nossa marca aparece menos, mas não importa. O que importa é, daremos exemplos para vocês ao longo da apresentação.

Inclusive o Bruno irá falar de Novas que nós fechamos agora, recentemente.

Temos uma estrutura muito *capital light*, *asset light*, com grande capacidade de expansão. E, temos uma boa combinação de pessoas tanto experientes no negócio, quanto vindos do mercado e temos criado uma cultura ágil, colaborativa, com governança, de um grupo de 72 anos com controle familiar, porém com uma lógica muito clara de governança, onde não existem, inclusive familiares na gestão 1998.

Já praticamos a governança de uma Companhia aberta a mais de 2 anos, mesmo sem selo. E, agora nós vamos demonstrar as evoluções de governança que nós adquirimos inclusive neste trimestre.

Mudando para a próxima página. Dando uma visão geral para vocês, de produto do mundo financeiro e automotivo. Nós somos um operador de consórcio, regulamentado pelo Banco Central. Dentre os operadores independentes dos grandes bancos, estamos entre os principais *players* dos maiores independentes do mercado, com uma gama de produtos bem variada desde imóveis, veículos pesados, veículos leves, automóveis, motocicleta e serviços, e com o crescimento importante onde vocês podem ver esta série onde, no 1S21, já representa um crescimento importante, comparando inclusive com o ano cheio de 2020. O Bruno dará todos os detalhes.

Consórcio, desde os anos 60 fomos um dos pioneiros na criação do consórcio com abrangência nacional com uma rede de distribuição nacional. Empréstimos, financiamento, arrendamento e locação, historicamente até 2 anos atrás, 3 anos atrás, nós tínhamos um conceito de operarmos financiamentos de bens nas nossas revendas de caminhões e automóveis.

Ao longo do tempo, estamos mudando e expandindo nas adjacências, ou seja, hoje nós expandimos dos produtos de financiamento de bens como CDC e Finame, partindo já, para o *Home Equity*, crédito com garantia de imóvel; *floor plan*; crédito consignado, o Leasing Operacional, e locação que também já fazia parte do nosso histórico de financiamento de bens. O cliente decide, se ele quer ter a posse, financiamos com vários produtos, se ele quer ter o uso também Leasing Operacional e locação.

Com um crescimento, onde vocês podem ver, que a produção deste semestre já é superior a produção do ano cheio do ano passado. Corretora, temos uma corretora de

seguros, das maiores independentes no Brasil, onde temos uma cultura muito grande de operação sinérgica entre os negócios, onde a corretora busca atender bem os nossos clientes. Então, disto, seguro automotivo, transportes, imóveis, vida, plano de saúde, e partindo agora, inclusive, para seguros, micros seguros, seguros sob medida que lançaremos. Um exemplo é a telemedicina, que lançaremos esta semana. O Bruno dará mais detalhes com importante posicionamento, tamanho, escala e crescimento.

O varejo automotivo, que é a nossa história, nossa origem, onde, há 72 anos atrás, começamos como uma concessionária de caminhões Mercedes-Benz em São José do Rio Preto, no Oeste Paulista, e ao longo do tempo, crescendo principalmente pela região agro e crescendo em todo o Brasil. Darei uma visão para vocês de nossa rede de distribuição, mas hoje temos então, uma rede com automóveis, veículos comerciais, caminhões, peças e serviços.

Representamos, então, marcas importantes no Brasil. A maior deles é de caminhões Mercedes-Benz no Brasil. Em veículos em automóveis, somos talvez a número 1, número 2. Oscilamos entre os revendedores de Toyota Automóveis no Brasil e, também representamos automóveis Mercedes-Benz e automóveis HYUNDAI.

Isto, através de 46 concessionárias de veículos leves e pesados, vendemos mais de 23 mil veículos em 2020, e, como nós dissemos, somos a maior rede de caminhões Mercedes-Benz no Brasil.

Bom, falando nesta presença nacional. Temos esta presença digital, ou seja, uma plataforma *omnichannel* exclusiva, com um amplo alcance nacional. Se vocês virem aqui, do lado esquerdo no mapa, começando pelas 332 concessionárias e depois, do lado direito, 332 concessionárias. Das quais, 46 são nossas. Então, o nosso histórico de cooperação, nós, através desses concessionários parceiros, nós distribuímos nossos produtos financeiros nesta rede de parceiros.

Estamos em mais de 4 mil 250 municípios. Desculpe. Cidades. Com clientes cobrindo quase todo o Brasil, com 241 mil clientes ativos. Já falamos da nossa rede de comissionados que, 4 mil, sendo 500 próprio, e 3 mil e 500 no sucesso.

Na próxima, falaremos para dar uma visão mais clara desta rede de parceiros nossos.

E, temos o JVs, *joint ventures*, importantes no mercado de várias marcas e crescendo fortemente no *online*, no B2C, nas nossas vendas diretas nos canais digitais.

Do lado direito, por canal, para vocês terem ideia da evolução. Um exemplo, de como nós distribuímos os nossos créditos em cotas de consórcio: 76% já é feito em uma estrutura dos nossos agentes comissionados, parceiros *digitais*, ou seja, uma estrutura bem *light*. 12% concessionárias parceiros, ou seja, aqui, estamos falando aqui de 88%, uma estrutura no sucesso, *asset light*, e 12% através das nossas concessionárias.

Prêmio líquido de seguros idem, vocês podem ver que aqui que 89% são distribuídos entre concessionárias de agentes e parceiros, e concessionárias de parceiros. O banco, o empréstimo, financiamento, arrendamento, mercantil e locação. Lembrando que, até 2, 3 anos atrás, ele operava basicamente nas nossas concessionárias financiando caminhões e automóveis. A mudança já se percebe onde hoje, nestes 59%, há 3 anos atrás, isto era 100% em nossas concessionárias.

Agora, já vemos que é 59% nas nossas concessionárias e 41% distribuídos entre concessionárias parceiras e os nossos agentes comissionados e *digital*, ou seja, uma estrutura que está cada vez mais, escalando no sucesso. As nossas vendas de peças e serviços e oficina, 96% nas nossas vendas e 4% já, inclusive aqui, crescendo nos

agentes comissionados, por exemplo: um agente comissionado nosso que, indica alguém para comprar um veículo em nossa concessionária, recebe 1% do valor. Então, as nossas comissões, nossos parceiros são remunerados no sucesso e muito bem remunerados quando vendem. Isto faz com que tenhamos uma estrutura leve, cooperativa e alinhada na busca de resultados.

Um destaque, aqui embaixo. Que, 30% da originação dos nossos volumes de negócio, está na região agro. Uma região que possui um crescimento chinês no Brasil. Nestas regiões, nós temos um *Brand awareness* muito forte, e esta região, também, traz um volume de negócio muito importante para nós. Inclusive, em nossa rede de parceiros que passaremos na próxima, por favor.

Aqui, vocês podem ver que em nossa Avenida de Crescimento. Estão aqui as avenidas de crescimento. Uma avenida que fortalece a originação dos nossos agentes comissionados. Falando que 30% das vendas estão na região agro, mas quando olhamos, fazemos um *zoom* desta nossa rede de distribuição, 72% deles estão em cidades de até 300 mil habitantes, o que nos dá um diferencial, também, competitivo, porque saímos do oceano vermelho das grandes cidades de competição.

Então, 1ª avenida de crescimento. Transformar estes agentes em multiprodutos. Historicamente, eles distribuíam consórcios seguros e agora já começam a ser multiprodutos com os produtos bancários, também, com outros, indicando automóveis. Isto faz com que eles sejam mais fiéis e tenham melhor remunerações.

Estamos vendo, também, oportunidade de crescimento desta rede através de associações ou também uma visão até M&A de aumento desta base.

Um exemplo de aumento, de conveniência, é o escritório digital para os parceiros, em que nós criamos uma plataforma única, com uma única entrada. Eles acessam toda a vida deles e conseguem formalizar todos os seus negócios.

A 2ª avenida, é a parceria. São parcerias estratégicas com outros grupos, empresas financeiras, buscando fortemente a questão de distribuição. Então, isto é importante para nós. E, representação de marcas e produtos novos em um conceito sempre de *JVs, White Label, capital light e asset light*.

Na composição, vocês podem ver que buscamos *digital* e CRM com alavancas que permeiam todas estas avenidas de crescimento. Novos produtos financeiros, crescimento nas adjacências como eu falamos, o banco, principalmente, *Floor Plan*, consignado, *Home Equity*, cartão de crédito, conta digital, consórcio; Bruno dará um exemplo de nossa capacidade de inovação, produto que nós criamos que tirou a incerteza. O cliente escolhe quando ele quer ter o BEM, nós criamos e somos o único no mercado com uma performance sensacional, com mais de 1 bilhão e 300 de vendas.

O seguro, como falamos, micros seguro, telemedicina e outros e por fim, M&A e novos modelos de negócio para consolidação, acelerar o nosso crescimento e novos modelos de negócio ligados cada vez mais na direção de que esta plataforma de serviços financeiros que se alavanca no ecossistema do varejo automotivo, seja cada vez mais uma plataforma digital de serviços financeiros no ecossistema do varejo automotivo.

Bruno, é com você.

Bruno Costa:

Obrigado Líbano. Boa tarde a todos. É um prazer estar aqui, dividindo com vocês estes nossos resultados. Vamos entrar um pouco mais no detalhe de quais foram, o que todo este modelo de negócios está possibilitando que nós alcancemos em nossa geração de negócios e o nosso crescimento.

Só um parêntesis, antes, este material que estamos passando agora em benefício do tempo. Fizemos em uma versão compacta, então, temos alguns quadros em que na versão disponível no site, não passaremos ou vamos passar mais rapidamente. Mas fica aberto aqui para as perguntas depois, caso tenham algum questionamento.

Entendemos que com os quadros daqui, já será o suficiente para abranger as principais conquistas de nossa Empresa.

Começando aqui, com os destaques do semestre. O 1º deles, que vale a pena mencionarmos, é com relação aos negócios gerados. Estes negócios gerados, em um conceito que vocês verão aqui, pela apresentação, ou um termo Negócios Gerados ou o termo GBV ou *GBV, Gross business volume*, representa a nossa capacidade de geração de negócios do ponto de vista comercial. Então, entram aqui os valores dos créditos vendidos no consórcio e no Banco, entram aqui os prêmios das apólices emitidas em seguros, entram aqui os valores dos veículos vendidos ou dos serviços prestados nas nossas concessionárias.

Isto nos dá uma visão do tamanho do desenvolvimento comercial. Semestre contra semestre agora, em 2021. Apresentamos um crescimento de 55,8%, alcançando 6,4 bilhões de negócios gerados entre todos os nossos produtos.

Mais para frente, faremos um detalhamento desta abertura por canal e por produto. Isto representa sólidos resultados que viemos capturando a partir das iniciativas implementadas ao longo dos últimos anos, e que começam a ter amadurecimento ou aceleração a partir de agora.

Então, este resultado é fruto de todo este trabalho. Dentro desses 6 bilhões e 400, merecem destaque aqui, 2 desenvolvimentos importantes de produtos nossos.

Vendemos 2 bilhões e meio de créditos de consórcio apenas neste 1S21 e, também batemos o recorde histórico da originação de empréstimos e financiamentos alcançando 849 milhões e 500 mil no 1S. Este número, representa um crescimento de praticamente, triplicamos, mais do que triplicamos, o número vs o 1S20. Nós vamos em uma batida muito forte nestas frentes.

Além dos resultados sólidos, merecem destaque aqui, algumas entregas com relação as nossas avenidas de crescimento. Continuamos tracionando forte os nossos novos produtos, lançando produtos e crescendo a sua geração de negócios. Merece o destaque aqui, o consórcio Pontual, a modalidade a qual o Líbano se referiu agora a pouco, de uma solução que engloba um produto de consórcio, um produto de financiamento para acabar com a incerteza do momento da contemplação do consórcio, possibilitando ao nosso cliente ter acesso ao bem, antes mesmo de ser contemplado.

Este produto está tendo tamanho sucesso, que ele já soma para nós em mais de R\$ 1,3 bilhões de GBV, ou de negócios gerados, desde a sua criação no final de 2019. Além destes novos produtos, temos também, o lançamento do empréstimo do fortalecimento, da aceleração do desenvolvimento do empréstimo, com garantia de imóvel, aproveitando os nossos canais extremamente pulverizados no país.

O produto de crédito consignado e produto de *floor plan*, que estão em pleno desenvolvimento. Além dos produtos, merecem destaque também, uma outra frente, uma outra avenida de crescimento que está sendo muito bem desenvolvida, que é a formação de novas parcerias. Merece destaque nessa frente, a parceria com a Estrada, uma empresa fabricante de implementos rodoviários, que vai estar presente cada vez mais na rede de concessionárias Mercedes e está muito presente no mercado de veículos comerciais.

Com esta parceria, abrimos os nossos canais para distribuição dos produtos e para possibilidade de financiarmos estes produtos e, também estar por trás do consórcio Estrada, que é um consórcio que passa a ser vendido também dentro desses canais.

Vale a menção das parcerias com a It's seg, uma parceria extremamente estratégica para nós, para desenvolver o nosso produto de benefícios e, também parcerias na frente de consórcio, com a Tribanco, onde formamos um *White Label* por trás do consórcio Tribanco. Em parceria com estas instituições, vamos ajudá-los a alavancar o volume de negócios também, com este produto.

E o consórcio mais recente, uma parceria com a Rupee, uma *startup* que fizemos a parceria para poder lançar o Consórcio Rupee para seus colaboradores e seus demais *stakeholders*.

Falando sobre todo este desempenho importante de geração de negócios, alavancou a nossa carteira de forma que crescemos, semestre contra semestre, nossa carteira de produtos em 28%, alcançando 13.8 bilhões em produtos em nossa carteira. Este é um número importante, porque ele representa a nossa capacidade de geração futura de resultados inclusive. Dado que é uma carteira predominantemente de produtos financeiros que gerarão parcelas futuras, que vão trazer receitas para nós.

Em termos de receita, temos ainda um outro indicador importante para ser destacado, que é a nossa receita futura contratada, gerada principalmente pelos negócios de consórcio e de seguros que, passou a marca de 2 bilhões de reais de uma receita que, muito provavelmente, será apropriada ao longo dos próximos meses.

Ultrapassamos a marca de 242 mil clientes ativos, como já destacado pelo Líbano. Em nosso esforço de enriquecer a nossa base. Lembrando que, estes são os clientes ativos, mas temos hoje, somamos hoje, mais de 1.3 milhões de clientes em nossa base, que vem sendo trabalhado, que viemos mantendo o relacionamento próximo para que a retomemos um relacionamento com estes clientes, que ajudemos estes clientes novamente a viabilizar os seus próximos passos, pegando carona do nosso propósito organizacional de ser o parceiro do próximo passo.

Então, merece destaque este crescimento. Essa frente, é muito importante para a sustentabilidade do nosso negócio. E, fechando aqui, um outro indicador que teve crescimento muito relevante no período foi o nosso lucro líquido, alcançamos aqui, R\$ 218.4 milhões de lucro líquido no 1S21, isto, semestre contra semestre representa um crescimento de 95,4%. É um crescimento muito importante, resultado de todas as iniciativas que viemos implementando na geração de negócios para ganhos de eficiência e para melhoria do atendimento aos nossos clientes.

Este resultado de lucro líquido, traz para nós uma margem líquida de 10%, que também é um aumento importante de 3 p.p. com relação a margem líquida do 1S20, aqui demonstrando os ganhos de eficiência que comentamos.

Além dos resultados financeiros, tivemos outras 2 conquistas importantes neste trimestre. A 1ª a ser destacada é que, concluímos o nosso registro como emissor na B3, no segmento básico de governança.

Quando tivemos nossas ações negociadas em bolsa, estaremos com o RBMS. E estamos aguardando, estamos monitorando o mercado, aguardando o melhor momento para essa abertura. Este, é um importante passo neste sentido de fortalecimento da nossa governança.

Uma outra conquista importante, que merece ser destacada. O nosso Banco, uma das subsidiárias da Rodobens SA, ela teve um reconhecimento, teve o reconhecimento por um *upgrade* de risco dado pela agência Fitch Ratings, onde alcançamos o *rating* nacional de longo prazo de *duplo A*, com perspectiva estável e o *rating* de curto prazo F1+.

Tudo isto é um reconhecimento importante em todas as ações que viemos fazendo ao longo dos últimos anos, de fortalecimento da nossa governança, de melhoria de processos de controles, todos reconhecidos agora, com esse *upgrade* em nosso risco.

São notícias muito importantes do ponto de vista de, também sustentabilidade e de longo prazo de nossa Companhia.

Olhando aqui, rapidamente os *highlights* dos nossos resultados financeiros nossos destaques. Nossa receita líquida alcançou 2 bi 190 no semestre, vindo daqui 1.7 do varejo automotivo e 445 mil nos serviços financeiros, ambas as frentes crescendo de forma importante com relação ao semestre passado e o no total esses 2.190 representam um aumento de 38%.

Margem de contribuição, também tivemos um aumento expressivo 49,6%, semestre contra semestre, alcançando 23,8% de margem percentual versus 21.9 de margem no 1S20.

Com os ganhos de eficiência, inclusive na gestão de despesas, também tivemos uma melhoria importante em nosso EBITDA e em nossa margem EBITDA. Um crescimento de 58,8% em números absolutos alcançando 747 milhões e a margem EBITDA alcançando 15,9%. O nosso lucro líquido e margem líquida como já comentamos, no semestre crescemos de 95,4%.

No trimestre, vale a pena mencionar que, crescemos mais de 100%, 110,8% e em margem líquida crescemos 3 p.p., alcançando 10% de margem líquida neste negócio. Então, foram números muito importantes alcançados ao longo de todo este 1S.

No próximo quadro, no quadro 20 mais alguns *highlights*, achamos que vale a pena mencionar 2 números novos que também são importantes.

Alcançamos um ROI, ajustado de 22,1%, um crescimento de 9 p.p. Este crescimento de lucro líquido trouxe uma alavancagem importante do retorno sobre o *equity*. E em termos de ROIC, retorno sobre o capital empregado, alcançamos 20,7%. Também é um crescimento importante de nove 9,5 p.p. versus o 1S20. Os demais números deste quadro já abordamos em quadros anteriores.

Vale a pena a menção final, antes de abrir para colocações ou abrir para as perguntas de vocês. É importante destacarmos o que está por trás de todo esse crescimento, principalmente dos negócios gerados, de nossa Companhia.

Considerando aqui, todos os canais que possuímos de distribuição, já passamos pelos produtos, agora, vale a menção dos canais, nós viemos crescendo de forma importante, a geração de negócios em todos eles.

Temos os canais originais do nosso negócio que podem ser considerados como concessionárias próprias e os agentes comissionados crescendo de forma importante, e os canais mais novos ou que tem um desempenho mais forte, mais recente vem crescendo em uma exponencial aqui. O de concessionárias parceiras, crescendo mais de 200%, a sua geração de negócios, semestre contra semestre, alcançando 504,6 milhões de gerações de negócios agora, no 1S21 versus 165 do 1S20 e, também o nosso canal digital. Um dos mais importantes, como meio de relacionamento com os nossos clientes, crescendo 166% semestre contra semestre, alcançando 239,6 milhões de negócios gerados, considerando também todos os produtos.

Então, todos os nossos canais vêm se desenvolvendo fortemente a exemplo do que vem acontecendo, também, com todos os nossos produtos, que vem apresentando desenvolvimento importante, mostrando aqui os resultados das decisões tomadas de investimento e de desenvolvimento comercial da nossa Companhia.

Então, estes eram os principais números que queríamos destacar aqui para vocês. Antes de fechar a minha participação, temos 3 números também que são importantes destacar, dado que estamos em um negócio de serviços financeiros, merecem destaque aqui, a nossa inadimplência, que trimestre contra trimestre percebemos aqui uma redução dela de 0.4 p.p. falando *over90*, alcançamos 1,8% de *over90* no fechamento do 2T, fechamento de junho.

Esta conquista importante vem da qualidade das nossas decisões de atribuição de crédito e, também da forte atuação do nosso time de cobrança que vem com atividades e ferramentas sendo desenvolvidas, dando cada vez maior segurança para este crescimento de carteira que viemos experimentando.

Um outro número importante a ser destacado, é o índice de basileia, continuamos em patamares robustos que, ainda permitem grande alavancagem. Fechamos aqui o 1S com 21,3% de basileia ainda representando o nível robusto.

Em ativos sob gestão, considerando aqui, os ativos da parte de consórcio que, são gerenciadas por uma das nossas unidades. Alcançamos 2,1 bilhões de recursos administrados pelos nossos ativos, um crescimento que vem a proporcionar o crescimento da nossa carteira de 11,6% trimestre contra trimestre, ou semestre contra semestre, números do fechamento e do período.

Então, agora sim encerro aqui os destaques financeiros e deixo aberto para colocações. Líbano, se você quiser complementar ou as perguntas dos participantes.

Líbano Barroso:

Acho que serão as perguntas, pois vi que o Rosman já levantou a mão, depois o Antônio Ruette, e depois o Pedro Leduc.

Tudo bem, Rosman?

Eduardo Rosman:

Tudo bom Líbano? Tudo bem, pessoal? Parabéns pelos números muito fortes. Uma pergunta, vocês falaram da listagem e da importância de ter a Companhia listada para

melhorar a governança, perpetuar a Companhia, acho que o Líbano tem uma experiência grande de levar empresas ao mercado também, mas queria entender sobre, também, o uso de dinheiro. Também temos que ter a vontade de acelerar o crescimento e vemos que o crescimento já está muito acelerado, com rentabilidade muito boa. Então, queria entender um pouquinho, é óbvio, não temos, ainda, detalhes de tamanho de ofertas, as coisas podem mudar, mas seria interessante de levantar a capital potencialmente para que? O que vocês poderiam usar para a consolidação, poderia comprar alguém, em consórcio, é para melhorar a basileia no banco. Vocês estão vendo muitas oportunidades. Comprar alguma outra empresa de serviço, enfim se pudessem falar um pouquinho aqui, a cabeça de crescimento e uso de capital.

Líbano Barroso:

Obrigado, Rosman, pelas perguntas. Bom, nossa estratégia é estarmos prontos para quando, e se, nós chegarmos à conclusão de que são boas condições de mercado. Nosso partido com a IPO, como você bem falou, “para que um IPO?”. Ele tem dois objetivos, 1, de cuidar desta perpetua da governança e, 2, também acelerar o crescimento.

Um potencial IPO seria metade primária, metade secundária. A secundária não é uma prioridade, mas é um fato, você poderia dar uma monetização para os acionistas e o primário, acelerar o crescimento.

Nós estamos crescendo fortemente, como você mesmo viu, mas vamos continuar crescendo com ou sem a IPO. Mas a IPO, traz velocidade para este processo em que? Em oportunidade de acelerar nossa rede de distribuição, por exemplo, você pode acessar *players* que tragam uma escala de distribuição mais rápida para nós.

Podemos acelerar esta digitalização dos nossos processos de parceria/aquisição, de alguma Empresa *digital* que já tenha maturidade em algum dos nossos processos que, alavanquem mais o nosso crescimento e distribuição e eventualmente também, avaliando a oportunidade de empresas, por exemplo, como você citou, na parte de consórcio, seria uma oportunidade.

O banco, como vocês viram, nós temos um índice de basileia muito confortável, 21,6, temos oportunidade de crescer muito a nossa carteira com este o patrimônio que nós temos, nós estamos inclusive agora a benefício de estarmos preparados, sermos uma Empresa listada, então já somos abertos na CVM. Estamos listados na B3. Faremos um teste com o mercado, olhando a possibilidade de fazer letras financeiras distribuídas do banco e outros cenários.

Então assim, em um resumo é acelerar crescimento que vamos buscar, no momento adequado, quando nós sentimos que haverá uma conjugação de oportunidade e *valuation*.

Eduardo Rosman:

Está ótimo, Líbano. Mais uma vez, parabéns pelos números.

Antônio Ruelle:

Boa tarde, pessoal. Líbano, parabéns pelos resultados, bem acima do que tínhamos listado inicialmente, bem legal vocês terem entregado isso. Só uma dúvida, como é que a alta dos juros funcionou para vocês? Pensando no mês de consórcio, em especial.

Teve uma recrucificação aqui, como é que funcionaram com as taxas? Relacionando tudo isso com o financiamento mais recentemente de vocês. Obrigado.

Líbano Barroso:

Antônio, obrigado pelas palavras e pelo reconhecimento. Você nos deu uma oportunidade muito interessante. Nós vivemos, até os últimos anos, com o *all time low*, taxa de juros no Brasil e dizia-se, havia algumas pessoas que chegavam a dizer o seguinte: neste ambiente de taxa de juro baixa, o consórcio, talvez, perdesse o protagonismo e o crescimento, mas foi exatamente o contrário. Então, em um ambiente *all time low*, taxa de juros, o consórcio tem crescido de forma muito importante para nós e, também para outros *players*, a indústria está crescendo muito forte.

Por quê? Na nossa visão, 1º- Conseguimos mostrar que, o consórcio tem uma combinação de alavancas que fortalecem muito, é um mecanismo muito forte de inclusão no mercado de crédito porque não exige crédito *scoring*, então, a pessoa entra e forma o seu *score*.

Tem um conceito de economia compartilhada, então de *shared economy*, *crowd funding* e de *gamefication* que dá sim, atributos muito atuais, muito jovens. Nós estamos fazendo um trabalho muito forte de ressignificação desses atributos e supervisionado pelo Banco Central, o que dá credibilidade e segurança para os poupadores.

Então você tem um mix de quem entra para financiar e para poupar também. Então, isto está sendo muito equilibrado, está muito interessante. Mesmo no ambiente, agora, de retomada. Então, em teoria, o ambiente retomado é de taxa de juros, o consórcio não tem dúvida da capacidade de crescimento dele, dado que não teve, se a sua pergunta é essa, não houve nenhuma reprecificação das taxas de administração, não mudamos nada nas nossas taxas de administração, no ambiente de taxa de juros.

E, nesse ambiente de taxa de juros, nós divulgamos o nosso *credit rating* de duplo “A” e estamos muito bem-posicionados para o *coastal funding* no Banco, para captação e aplicação. Estamos crescendo fortemente em todos os produtos do Banco, como o *home equity*, financiamento e revendas parceiras.

E queria aproveitar e falar que nós temos um diferencial, que assim como outras plataformas que possuem alto crescimento, nós temos casos que têm um alto crescimento e se utilizam de instrumentos muito eficientes, como FIDCs, e vendem este crédito que eles concedem.

Nós temos uma característica por sermos integrados e termos o banco, nós captamos, emprestamos e formamos a carteira e com isso nós conseguimos, ao longo do tempo, capturar esta receita futura contratada, como o próprio Bruno já mostrou. E, formam a carteira, que está com muita qualidade. Que, crescendo fortemente com um baixo *over90* como vocês viram.

Antônio Ruelle:

Legal. Parabéns, pessoal.

Pedro Leduc, Itaú BBA:

Tudo bem, Líbano? Parabéns. Certamente, por não ser uma empresa em bolsa, já é o 2º resultado desde o IPO, que vem me entregando. Então, bem legal mesmo. Bom, eu tenho uma dúvida aqui, um pouco mais específica, na parte de serviços financeiros.

Originou muito, fantástico, realmente um *top line*, acho que uma surpresa bem positiva. A margem bruta, a hora que eu olho, sequencialmente, ela cai um pouquinho. Ela era 80 e foi para 70 abaixo. No *release* tem a ver com algo que parece que é o PDD em uma carteira passada de plano empresarial, aí a margem de contribuição fica bem ali nos 60 baixos, mas ela cai sequencialmente.

Tem alguma dinâmica atípica aqui, neste trio? Foi algo mais na distribuição, para vermos esta contração na margem? Ainda boa, mas ela caiu no sequencial.

Bruno Costa:

Obrigado, pela pergunta Pedro. Realmente teve efeitos de *mix*, aqui, entre os produtos financeiros, achamos que isso é um ponto importante a ser destacado. Temos uma mudança do perfil aqui em nossa geração de negócios ao longo dos últimos tempos, vide aqui o crescimento importante da representatividade do Banco nela.

Dos produtos de empréstimos e financiamentos, nós realmente tivemos esta carteira de produtos que não originamos mais hoje. Já faz um tempo que não originamos e que estamos fazendo gestão e que acabam demandando eventualmente provisões que fazemos de forma mais prudencial. Então, esta carteira do plano empresário, carteiras que são passadas e que estamos fazendo administração e que vem reduzindo, vem em um *runoff* muito forte ao longo dos últimos tempos.

Tínhamos, ainda, algumas provisões que valeriam a pena fazer e acabaram puxando um pouco mais, ou pressionando um pouco mais os custos e aí, por isso este *mix* causou este impacto.

Pedro Leduc, Itaú BBA:

Então, esta margem de contribuição do mesmo produto da, ou até imagino, pode ser possivelmente melhor, certo?

Bruno Costa:

Exatamente, podemos fazer até uma comparação desta, mas a escopo constante sim, estamos indo super bem.

Líbano Barroso:

É muito mais um *mix*.

Pedro Leduc, BZ Itaú BBA:

Ainda nesta linha aqui, falando daquele DRzinho bem legal. As despesas com vendas muito bem controladas. A receita segue expandindo, a receita de despesa com vendas vai ali. E, é um negócio que tem um parceiro comercial. O rapaz deveria ganhar ali também, a comissão. Isso tudo, imagino, que tenha já o benefício do *mix* do canal da origem própria, digital. Tudo aqui, acetando isso, porque imaginei que a despesa com vendas poderia estar acelerando mais, mas está bem contido.

Bruno Costa:

Entendemos a sua pergunta. Faz parte da projeção já, como é tudo na variável, a geração de negócios acaba puxando as despesas junto. Já está direcionado. Foi esta a sua pergunta?

Pedro Leduc, Itaú BBA:

Se você olhar a receita, ela cresceu 30% ano x ano, 35 com a despesa. Com vendas, subam 5. Então está tendo uma diluição relevante, se eu fosse pensar em percentual das vendas. É que aí, tem a ver o mix, produtos, mas é muito bom ver essa dinâmica. E é isso que eu quero ver, se tem alguma cobra a mais aí.

Bruno Costa:

Tem a questão do mix, nós temos produtos que remuneram diferente, por exemplo, o nosso varejo automotivo, ele está dentro da margem de contribuição, ele não está dentro da receita. Então, só isso e a própria representatividade do varejo automotivo aumentando proporcionalmente, ele acaba causando este efeito de mix que você está vendo aí. E aí, ele está em cima de indicadores que, efetivamente representam a eficiência para nós.

Líbano Barroso:

O varejo automotivo teve uma performance excelente, nós estamos conseguindo trabalhar com margem nas vendas, mesmo nos momentos em que as marcas que nós representamos não tiveram uma redução tão forte de oferta quanto outros produtos, mas neste ambiente, você consegue precificar melhor. Então, temos trabalhado com muita disciplina.

Pedro Leduc, Itaú BBA:

Valeu. Obrigado.

Yuri:

Tudo bem, pessoal? Boa tarde. Parabéns, também. Perguntinha de imposto, nós falamos no tri passado que ele veio mais alto e eu sei que, assim, tem algumas discussões na parte de automóveis, vocês têm os créditos tributários, vocês irem melhores ali, acho que ajuda, mas, eu lembro que em nossa discussão anterior a alíquota de vocês deveria rodar muito baixa.

Deveria rodar perto de 20%, qualquer coisa ali e ela está rodando mais alta. Então, primeira pergunta é, entender por que o imposto está rodando mais alto, o que que deveríamos ver para frente na linha de imposto de vocês, na alíquota efetiva de imposto de vocês? E uma segunda pergunta, paralela sobre reforma tributária. Porque eu sei que vocês têm empresas distintas. Então assim, tudo bem, o Banco paga 45, agora, temporariamente 50.

Vocês já tiveram algum impacto de CPLL que possa ter impactado o resultado agora no 2T? Mas assim, tem várias unidades de negócio, consórcio, a parte de automóveis que você roda 34 abaixo. Então, só para entender, reforma tributária. Qual que é a discussão de vocês? Então, só para resumir, duas perguntas: alíquota afetiva e 2, reforma tributária. Obrigado, pessoal.

Líbano Barroso:

Eu falo sobre reforma, Bruno, e você fala sobre alíquota, por favor.

Em reforma, nós estamos acompanhando através das associações e vendo assim, achamos que podemos ter o efeito de todas as companhias. Como achamos ser muito mais no imposto direto no efeito da alíquota de imposto de renda.

Então, estamos acompanhando, como você falou, provisoriamente 45 já virou 50 para o banco, com pequeno efeito neste trimestre, porém mais sentido nos próximos, nós temos uma oportunidade em que temos sido muito diligentes e ativos nesta questão tributária sempre com muito conservadorismo mas você acaba tendo alguma oportunidade de eficiência tributária, pelos negócios que são, ao longo do tempo, nós criamos a Rodobens AS, e temos inúmeras empresas que viemos buscando uma eficiência melhor entre elas.

Mas, sem dúvidas isso vai se refletir na questão da alíquota, que eu passo para o Bruno. Então, assim atentos, verificando como fazer, mas muito bem-posicionados nisso. Nós temos um nível de *compliance* altíssimo, muita segurança nesta questão tributária fiscal.

Bruno Costa:

Perfeito. E, falando um pouquinho da alíquota, o que aconteceu foi, efetivamente tivemos um mix um pouco diferente do que gente tínhamos historicamente, tivemos dois impactos relevantes.

O primeiro deles foi o impacto maior de resultados, vindo de negócios em lucro real, do que tínhamos projetado, então temos alguns CNPJs importantes do lado de serviços financeiros que, tem uma contribuição ali, de resultados que estão no presumido e que agora tivemos, além da participação deles, tivemos um aumento importante de resultado em cima de outras CNPJs de lucro real, como alguns do varejo automotivo e, também da locação.

Nós tivemos uma desmobilização importante de ativos aqui, de nossa locação e que acabam vindo com a alíquota cheia também, e acabam puxando este indicador para cima.

A nossa projeção ainda é de continuar ali, entre 20 e vinte e 25% tomando este cuidado somente com o mix, em termos de geração de negócio que vai acabar puxando, vai acabar impactando um pouco esta alíquota efetiva.

Então, neste 1S, acabamos puxando um pouco mais para cima, por conta destes efeitos.

Yuri:

Mas, isto quer dizer que, talvez no 2S rodará baixo para fechar o ano com 20, 25 ou não, ela normaliza, talvez, este ano ou então, o ano cheio termine um pouco acima?

Bruno Costa:

Ele deve ficar em torno daquilo que projetamos, em torno daquilo que temos como mix normal, que é mais próximo dos 25. Deve reduzir um pouquinho por conta disso.

Mas de novo, são projeções que têm muitas variáveis. Depende do mix de negócios, dos produtos que venderemos, do CNPJ que gerarão valor, então, é uma projeção.

Líbano Barroso:

Mas direccionalmente, acho que 25 é uma boa referência.

Yuri:

Beleza. Obrigado, pessoal. Parabéns.

Pedro Leduc, Itaú BBA:

Aproveitar mais uma aqui, no que tange à parte de crédito. Custo de funding vem subindo, via Selic. Vocês, na ponta, vêm buscando a repassagem, o Líbano até mencionou algo. A demanda de crédito continua muito forte, vem aceitando bem isso na visão de vocês e enfim, principalmente no ano em que vocês estão vendo esta parte bancária, a qualidade de crédito parece tão boa, que também incitaria, talvez, um apetite para um crescimento de carteira, talvez, até mais veloz.

Um lado você quer subir um pouco a taxa, mas o apetite talvez esteja crescendo também.

Líbano Barroso:

Pedro, nós estamos crescendo. Você pode ver que estamos tendo um crescimento importante na carteira do Banco.

Bruno Costa:

Ficou mudo, Líbano.

Líbano Barroso:

Desculpe, mas nós, como você viu Pedro, estamos crescendo fortes em carteira em produtos do banco, continuaremos crescendo, mas sem mudar a nossa política. Temos uma política de equilibrar muito o risco retorno, não fazemos nada que possa criar alguma seleção adversa. Não gostamos de perder negócio, mas se for um negócio que tenhamos que renunciar a nossa política de crédito, nós não faremos.

Temos investido muito em pessoas, tecnologia e processos para isso. Trouxemos uma equipe muito, renovamos inclusive, pessoas de mercado no crédito, na cobrança, parcerias, automatizando vários processos. Então, estamos bem, sentimos que há uma demanda importante. Existe, no caso a nossa experiência de financiamento de bens, caminhões e automóveis. Existe hoje, escassez de produto.

Então, com isso temos um ambiente bom para poder fazer margem no produto e, também uma boa combinação nos *spreads*, mas somos muito competitivos, mas não renunciamos a redução de *spreads* para poder alavancar crescimento. Não, procuramos ajudar o cliente, solucionar e criar. Temos flexibilidade de criar boas condições de produtos diferenciados, isto ajuda o cliente na troca.

Então, o seminovo como parte do pagamento de um financiamento. Este produto que nós criamos, o Pontual, o cliente escolhe quando ele quer até acessar a carta de crédito e pagando o equivalente a 40% e, este 40% podem ser com o bem. Nós ajudamos o cliente a vender este bem.

Seminovo está muito aquecido, é um mercado que está superaquecido, então, se o cliente der isto como pagamento para nós ou se o cliente opta, se ele não acha que o nosso preço é o melhor, nós ajudamos o cliente através de parcerias com *startups*, para poder vender o carro dele e anunciar o carro dele no mercado. Então, buscamos desenhos e soluções.

Yuri:

Se eu puder fazer só um *follow-up* também em crédito. Eu não consegui olhar detalhadamente ainda. Estava olhando bem rapidinho a parte de provisão de vocês. O *allowance* no balanço, no montante de reserva de vocês, e quando fazemos uma relação entre as reservas e a carteira bruta, vimos que terminou em 2020, algo perto de 6,5 e agora está rodando em 5. Então, assim, o banco tem crescido muito rápido na carteira de crédito, e isso tem feito com que, talvez, as provisões não cresçam na mesma velocidade.

Então, para tentar entender um pouquinho esta dinâmica, como ficará mais para frente e, vendo assim, as baixas também, acho que o banco fez mais *charge-offs*. Teve um caso específico? Só para entender, porque vimos que o NPL caiu, mas os outros, *moving parts* da qualidade da carteira, se não há nada ali de o banco estar fazendo mais baixas ou se esta questão de provisão não deveria subir mais para frente, porque ela tem caído nessa relação.

Bruno Costa:

Nós temos este efeito de diluição, mas também tivemos uma boa recuperação de crédito ao longo do ano e uma boa melhoria, inclusive, do perfil de inadimplência que observamos. Passadas as incertezas, principalmente do momento de pandemia experimentamos, lá atrás, um pico que, aos poucos ele foi se normalizando e hoje alcançamos níveis patamares já mais baixos de inadimplência, condizentes com o que já tínhamos no período pré-pandemia.

Então não entendemos que teremos alguma coisa que está por vir ainda mais para frente. Entendemos que ele segue ajustado aqui ao patamar que nós conhecemos, que acostumados a trabalhar de inadimplência na carteira.

Yuri:

Não, não, é que assim, é um montante de provisão muito alto, ele dá 5% em cima da carteira bruta, ainda é um montante OK. Então, vocês têm espaço, talvez, até para queimar um pouco mais de gordura, de provisão. Mas assim, só para entender a dinâmica. Ah, estamos piorando na margem. Acho que é um pouco do que o Bruno comentou mesmo.

Líbano Barroso:

É importante sua pergunta, porque nós sabemos que, ao crescer fortemente a carteira, os indicadores percentuais podem demorar a dar uma indicação se houver algum problema.

Então, saiba que nós acompanhamos o valor nominal safra a safra, entrada, e olhamos muitos indicadores *over 15*, *over 30*, olhando *first payment default* para exatamente, não achar que o percentual, em uma escalada de carteira pode não traduzir o principal efeito.

Nós estamos muito seguros e muito tranquilos com todos estes efeitos nominais.

Bruno Costa:

Vale complementar também que uma parte relevante deste valor de provisão hoje, está naquela carteira que comentamos, de Plano Empresário. Então, é por isso que acaba tendo um percentual relativamente alto ainda, porque ela está concentrada ali.

Acho que deu o nosso tempo também não é Gil?

Gil Neto:

Sim. No *chat* não recebemos mais nenhuma pergunta. Acho que, não havendo mais nenhuma pergunta, eu passo para o Líbano, para fazer as considerações finais.

Líbano Barroso:

Pessoal, muito obrigado pelo interesse de participar conosco, nos acompanhar. Estamos seguindo firmes em nossa vida de mercado de capitais, de Companhia aberta, mesmo não tendo um título negociado. Já temos até o ticker.

Então, estamos disciplinados, e muito obrigado a vocês aí por manterem nosso *equity story* vivo e o case com vocês.

Obrigado.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”