

Transcrição – Resultado 1T23

[Renato]

Olá, bom dia a todos! Eu sou Renato Lulia, Diretor de Relações com Investidores e Inteligência de Mercado do Itaú Unibanco.

Muito obrigado por participarem da nossa videoconferência para falar sobre os resultados do primeiro trimestre de 2023, transmitido ao vivo do nosso escritório, na Faria Lima.

O evento de hoje será dividido em duas partes. Na primeira, o Milton explicará a nossa performance e os resultados referentes ao 1º trimestre de 2023. Em seguida, teremos a sessão de perguntas e respostas, em que analistas e investidores poderão interagir diretamente conosco.

Gostaria de passar algumas instruções para o melhor aproveitamento desse nosso encontro de hoje.

Para quem está assistindo pelo nosso site, existem 3 opções de áudio na tela: todo o conteúdo em português, todo o conteúdo em inglês ou no áudio original. Nas duas primeiras alternativas contaremos com tradução simultânea.

Para escolher a sua opção, basta clicar na bandeira que está no canto superior esquerdo da sua tela.

As perguntas também podem ser enviadas por WhatsApp. Para isso, basta clicar no botão que está na tela para quem está acessando pelo site ou mandar uma mensagem para o número (11) 98993-1132.

A apresentação que faremos hoje está disponível para download na tela do hotsite e, como sempre, também no nosso site de RI.

Agora, passo a palavra ao Milton, que irá iniciar a apresentação dos resultados, e depois volto com vocês, para moderar a sessão de perguntas e respostas. Milton, é com você!

[Milton]

Obrigado, Renato!

Bom dia a todos. É um prazer tê-los aqui na nossa apresentação de resultados do 1º trimestre de 2023. A ideia é fazer uma apresentação objetiva, focando em resultados, já que no dia 15 de junho nós teremos nosso Itaú Day, que será um espaço para dividir com vocês muito mais sobre a nossa estratégia, nossos negócios, falaremos sobre centralidade no cliente, transformação digital e cultural. Aprofundaremos vários pontos os quais temos conversado bastante com vocês.

O resultado recorrente gerencial foi de R\$8,4 bilhões nesse trimestre, o que representa um crescimento de 10% quando comparado com o 4º trimestre de 2022, e nos levou para um ROE de 20,7% no consolidado, representando um aumento de 1,4 ponto percentual, e ROE de 21,1% no Brasil.

A margem com clientes foi de R\$24 bilhões, com queda de 0,7 ponto percentual na comparação com o 4º trimestre de 2022, mas ressaltamos a sazonalidade do primeiro trimestre que pode ser observada na série histórica, uma vez que possui menos dias corridos.

O custo do crédito foi de R\$9,1 bilhões, queda de 7% quando comparado com o trimestre passado, e um dos pontos positivos é que o nosso atraso acima de 90 dias ficou estável em

2,9%, se mostrando consistente com o que eu venho falando há alguns trimestres. Eu darei mais detalhes sobre esse tema nas próximas telas. Por fim, o índice de eficiência no consolidado foi de 39,8%, uma queda de 1,7 ponto percentual e ficando pela primeira vez na história, abaixo de 40%.

Com isso demonstramos bem o que têm sido a nossa jornada, com bastante consistência, com uma performance sustentável e resultados de ótima qualidade em todos os indicadores.

A carteira de crédito apresenta uma desaceleração, também em linha com o que eu já vinha comentando. A carteira de pessoas físicas cresceu 0,9% no trimestre, abaixo do que vínhamos crescendo nos trimestres anteriores, mas ainda representando um crescimento de 16% no ano contra ano (1T23 vs 1T22). A carteira de pequenas e médias empresas cresceu 9,2% no 1T23 vs 1T22, e teve uma leve queda de 2,2% no 1T23 vs 4T22, em linha com a gestão de riscos que o banco tem feito.

A carteira total no Brasil cresceu 11,2% no 1T23 vs 1T22, e 0,6% no trimestre (1T23 vs 4T22). Em Grandes Empresas, a carteira cresceu 1,8% no trimestre. Na América Latina, a carteira cresceu 11,7% no ano contra ano (1T23 vs 1T22) ou 10,4% excluindo o efeito da variação cambial.

É um crescimento ainda sólido, porém em um ritmo mais lento do que o que vínhamos observando nos trimestres anteriores, já que em função do cenário, temos tido mais cautela.

Nos últimos trimestres falamos bastante da carteira de pessoas físicas e varejo, mas sei que o assunto do momento é a carteira de grandes empresas. Existem preocupações com o ciclo prolongado da taxa de juros e seus efeitos no portfólio do banco e como o banco está preparado para enfrentar um cenário com mais de adversidade quando olhamos para o futuro. Então, trouxemos alguns números que entendemos que seriam importantes compartilhar com vocês. Nós classificamos o nosso portfólio da carteira de crédito em setores de acordo com sua volatilidade.

Em 2014, que foi a fotografia logo antes do evento de *credit crunch* de 2015/2016, em que tivemos realmente um momento muito complexo no mercado, sobretudo nos grandes clientes, nós tínhamos 36% da nossa carteira concentrada em segmentos de maior volatilidade, que são segmentos de ciclos mais curtos, como *commodity* e que, portanto, geram maior risco em cenários adversos. Hoje, apenas 17% da nossa carteira está concentrada em setores de maior volatilidade, e fizemos isso reequilibrando o portfólio ao longo dos anos. A carteira do atacado cresceu mais de R\$100 bilhões nos últimos anos, mas fizemos esse crescimento com muita qualidade e diversificação na gestão do portfólio, o que trouxe resultados importantes.

O segundo indicador apresenta a concentração dos dez maiores devedores sobre o Patrimônio Líquido. Em 2014, os dez maiores devedores representavam 46% do PL, e hoje está em 25%. Também fizemos uma redução importante diversificando e desconcentrando o portfólio, o que é bastante saudável, sobretudo em momentos que possam trazer alguma volatilidade adicional. Por fim, em 2014, 68% da nossa carteira era composta por clientes *Investment Grade*, hoje a participação de clientes *Investment Grade* na carteira é de 75%, o que mostra também todo o trabalho que o banco fez para ajustar o mix da carteira trazendo melhor qualidade, e portanto, menor risco.

Na margem financeira com clientes, tivemos no primeiro trimestre uma queda de R\$200 milhões ou 0,7%. Há sazonalidade no primeiro trimestre do ano que é basicamente explicada pela menor quantidade de dias corridos, e também há uma sazonalidade em América Latina e Outros, a qual devemos continuar observando ao longo dos próximos trimestres.

Trouxemos o efeito mix de produtos zerado para mostrar que não tivemos nenhum efeito. No capital de giro, ganhamos R\$100 milhões já que no trimestre passado ele rendeu R\$2,7 bilhões e, nesse trimestre, R\$2,8 bilhões. Sendo assim, o grande efeito na margem com clientes ficou na margem *core*, o que está em linha com nossa performance histórica, já que esse é um trimestre em que isso tipicamente acontece, portanto não há nenhuma preocupação específica.

A NIM, tanto no consolidado como no Brasil, fica estável em relação ao trimestre passado: sendo 8,7% no consolidado e 9,4% no Brasil. No ajustado ao risco, ela sobe em relação ao trimestre passado. Lembro que, no 4º trimestre do ano passado, nós tivemos o evento daquele grande varejista, e fizemos a provisão de 100%, portanto um pedaço já é recuperado nesse trimestre, sendo esse o principal efeito.

Olhando para a margem financeira com o mercado, novamente o destaque é a consistência. Por mais difícil e volátil que seja o ambiente, a nossa capacidade de gestão de risco e de balanço tem se provado bem-sucedida. Ao olharem uma série histórica, é possível ver que continuamos entregando resultados positivos na margem com o mercado, trimestre após trimestre.

Inclusive, esse trimestre foi mais forte para o Brasil, com R\$1 bilhão, enquanto que a América Latina teve um trimestre mais fraco, especialmente no Chile, em decorrência dos efeitos de inflação. O custo do *hedge* do índice de capital foi de R\$500 milhões. Portanto, a margem com mercado está muito em linha com o que vínhamos observando nos trimestres anteriores, mais uma vez se mostrando sólida e consistente.

De maneira geral, eu usaria a palavra “consistente” em todos os quadros da nossa apresentação.

Passando para a receita de serviços e seguros, temos uma leve queda em cartões no trimestre (1T23 vs 4T22), mas subindo ainda 16,9% no ano contra ano (1T23 vs 1T22), com destaque para adquirência que cresce 30,7% no ano contra ano. Em assessoria financeira e corretagem, a queda é de 8,1% no trimestre, mas é na casa decimal do resultado que foi de R\$0,7 bi. Esse tem sido um ano bastante difícil, com menos atividade de banco de investimento, mesmo para um banco diverso (temos renda fixa, renda variável, *M&A*), e essa linha tem variado. Há uma certa sazonalidade nessas operações, mas é, de fato, um trimestre mais pressionado.

Na América Latina (ex Brasil), a receita está vindo em linha, crescendo 10,9% no ano contra ano e 5,5% no trimestre.

Outro ponto que eu chamo a atenção é para o resultado de seguros, que cai 1,5% no trimestre, mas sobe 10,9% no ano, e o destaque é para o resultado de seguros *core*, onde os prêmios ganhos subiram 16,9% contra o 1º trimestre de 2022 e o resultado de seguros *core* cresceu 30,9% em cima de um resultado que já vinha crescendo forte, como observamos ao longo do ano passado. Continuamos muito felizes e satisfeitos com a nossa estratégia de seguros e com os resultados têm nos acompanhado ano após ano.

Em aquisição, conforme eu falava agora há pouco, o valor transacionado sobe 21%, mas a receita sobe 30%. Isso mostra a nossa capacidade de gestão de clientes, reprecificação do portfólio, maior penetração de produtos financeiros, e crescimento do negócio aquisição.

Desta forma continuamos extraíndo muito valor dessa operação e os resultados também têm nos acompanhado.

No emissor, o valor transacionado sobe 10%, um crescimento muito mais baixo do que o observado nos anos anteriores, mas a principal mensagem aqui é que o nosso mix é bastante favorável, sobretudo do ponto de vista de risco.

O faturamento continua crescendo nos canais internos, que são os clientes com quem temos um relacionamento de mais longo prazo, clientes correntistas, com um *cross sell* importante, em que o cartão é apenas mais um produto importante no relacionamento com esses clientes.

Nós vemos um faturamento crescendo menos e a base ativa caindo nos canais que tem um perfil de clientes com rendas mais baixas, tanto no canal externo como nas financeiras. Isso está super em linha com aquele ajuste no portfólio que eu tenho comentado, na gestão de risco que a gente vem fazendo.

E podemos observar que os cartões ativos dos correntistas, que é um produto muito importante, estão crescendo 14%, o que mostra que a estratégia de diversificação de risco tem funcionado muito bem.

Falando sobre qualidade de crédito, podemos observar um crescimento totalmente esperado no índice de inadimplência de curto prazo (NPL 15-90). Sempre reforço a mensagem no 1º trimestre de todos os anos, de que se olharmos uma série mais longa, o 1º trimestre é sempre sazonalmente mais pressionado. Isso ocorre devido a maiores gastos e despesas das pessoas com o final do ano, então a inadimplência historicamente sobe no 1º trimestre.

O índice de inadimplência de pessoas físicas subiu 30 bps no 1T23. O crescimento desse índice no 1º trimestre dos últimos 5 anos ficou entre 35bps e 42bps, então 30 bps é o menor índice de crescimento dos últimos anos.

O que ocorreu nos últimos dois anos é que esse índice subiu no 1º trimestre e não voltou no 2º trimestre porque estávamos em um processo de normalização gradual do custo do crédito e era esperado que o índice continuaria subindo, o que não esperamos que ocorra mais no próximo trimestre.

O ponto central é que, de fato, estamos voltando para uma certa normalidade no índice de inadimplência de pessoas físicas.

O índice de inadimplência de pequenas e médias empresas subiu 20 bps. E a boa notícia é que o nosso índice de inadimplência acima de 90 dias se estabiliza, conforme eu venho falando para vocês há trimestres e justamente como era a nossa expectativa para esse trimestre.

Com esses resultados entregamos capacidade de gestão de risco, previsibilidade e consistência como vínhamos sinalizando para vocês.

O NPL 90 dias de pequenas e médias empresas no Brasil apresentou queda de 2,4% para 2,3%. É evidente que tem desafios, que o cenário pode mudar ao longo do tempo, mas temos conseguido entregar e mostrar uma capacidade de gestão realmente muito eficiente.

É difícil acompanhar o índice de inadimplência de grandes empresas, pois é uma carteira que normalmente quando atrasa, o cliente já tem um problema. Então olhamos muito mais por índice de cobertura, que falarei na sequência.

O custo do crédito sobre a carteira atingiu 3,2% e no trimestre passado, se não fosse pelo evento subsequente, teria sido de 3,0%, desta forma observamos um leve aumento.

Eu venho dizendo há vários trimestres que deveríamos estabilizar o custo do crédito em patamar próximo do que era observado no período pré-pandemia, e é o que de fato está acontecendo: o índice do custo de crédito sobre a carteira atual está em 3,2% e no pré-pandemia era 3,3%. E no tri passado, com o evento subsequente, foi de 3,5%.

O custo do crédito foi de R\$ 9,1 bilhões, que seria mais comparável com o custo do crédito de R\$ 8,5 bilhões no 4T22. A diferença para os R\$9,8 bilhões no 4T22 é explicada pelo evento subsequente daquele varejista que a gente provisionou 100% no 4T22.

Mantivemos estável o índice de cobertura total, e no varejo tem um leve aumento de 1p.p. E quando comparamos o varejo com a nossa média dos últimos quatro anos, de dezembro/15 a dezembro/19, período pré-pandemia, o banco rodava com um índice de cobertura no varejo em 167%, atualmente estamos rodando com 182%. Nós continuamos provisionado o nosso *formation* e continuamos com a nossa gestão de perda esperada que é muito importante para ter um balanço sólido, provisionado adequadamente e preparado para os desafios que vêm pela frente.

Acho que no crédito, apesar dos desafios e do cenário, são boas notícias para compartilhar com vocês.

As despesas não decorrente de juros no Brasil tiveram uma queda de 3,5%, mas temos aqui o efeito sazonal, no qual o 1º trimestre é tipicamente mais fraco para custos, o que explica a queda no trimestre e o crescimento de 9% ano contra ano.

Pela primeira vez atingimos um índice de eficiência abaixo de 40% no consolidado (39,8%), em um trimestre em que as despesas não decorrentes de juros cresceram 7,7% no ano contra ano e caíram 5,3% no trimestre

O índice de eficiência no Brasil ficou em 37,9%, o que também significa uma redução em relação ao trimestre passado, que já havia sido um bom trimestre. Portanto, são os menores índices de eficiência da indústria quando a gente considera todas as despesas, sem nenhuma reclassificação, e da forma como a gente entende ser a mais correta. São os menores índices de eficiência da história do banco.

Sobre a base de custos: do 4º trimestre de 2022 para o 1º trimestre de 2023, os nossos custos *core* caem R\$ 700 milhões, sendo a maior parte vinda do nosso programa de eficiência, com disciplina e foco em custos, e tem um efeito de volumetria, que é o custo benigno, que é o custo que gostaríamos de ter mais à medida que os negócios gerem mais atividade.

E o mais importante é quando a gente olha o que chamamos de investimentos em negócios e tecnologia, nós continuamos cuidando do banco do hoje, entregando resultados sólidos e consistentes, mas sempre investindo no banco do futuro.

Importante destacar que não estamos entregando esses índices de eficiência, deixando de investir e cuidar do desenvolvimento dos nossos negócios e do crescimento do banco. Estamos com a transformação digital em pleno vapor, expansão de novos negócios, muito foco e disciplina em criação de valor do banco, e continuamos fazendo isso com bastante investimento na organização.

Na parte de capital, ficamos praticamente 10 bps acima do que foi o trimestre anterior. Podemos observar mais resultado, já ajustado pela distribuição de Juros sobre o Capital Próprio realizada. Também temos efeitos dos ativos ponderados por risco e ajustes prudenciais.

Saímos com common equity Tier I de 11,9% no 4T22 e chegamos a 12% no 1T23, com o AT1 chegamos a 13,5% de capital nível I. Portanto o nosso capital principal, de 12%, está 50 bps acima do nosso apetite de 11,5%, que foi aprovado no Conselho de Administração.

Assim podemos ver que o banco está bem capitalizado e com uma tendência bem positiva.

E, por fim, gostaria de reforçar o convite para o Itaú Day, que ocorrerá no dia 15 de junho.

No evento, teremos oportunidade para um bate-papo superaberto, transparente, dando para vocês visibilidade do que tem sido a nossa estratégia, como é que estamos cuidado dos clientes, da cultura, como temos feito o processo de transformação digital e como temos expandido e conseguido entregar esses resultados sólidos e consistentes.

Conto muito com a participação de vocês. Será um prazer tê-los conosco nessa data.

E com isso eu encerro a apresentação. Espero que vocês tenham compreendido as principais alavancas para a entrega do nosso resultado. De fato, acho que em tempos difíceis, a solidez e consistência deveriam ter bastante valor e os nossos resultados mostram isso. Vou agora me juntar ao Renato para a sessão de Q&A e poderemos falar com um pouco mais de detalhes.

Embarco hoje à noite para na nossa conferência em Nova York, e certamente vou encontrar com muitos investidores. Obrigado e nos vemos em breve!

Um abraço a todos!

[Renato]

Olá, pessoal, estou aqui de volta. Milton acabou de se juntar com a gente aqui também. Tudo bem, Milton? Obrigado pela apresentação. A gente inicia agora a nossa sessão de perguntas e respostas, que vai ser bilíngue, então, perguntou... a gente vai responder no idioma em que a pergunta for feita, inglês em inglês, português em português, mas tem tradução simultânea para quem preferir, então as duas opções aqui na sua tela, com o áudio em português, áudio em inglês ou original. Vocês podem também mandar as perguntas pelo WhatsApp, pelo número (11) 98993-1132. Bom, eu tenho aqui já algumas perguntas, a fila é longa, então, sem mais demoras, já queria chamar aqui para a primeira pergunta... Vamos, Milton, já começar aqui?

[Milton]

Vamos lá.

[Renato]

Estou com o Thiago Batista aqui na tela. Oi, Thiago, bom dia, tudo bem? Bem-vindo aqui ao nosso *call* do primeiro tri. Obrigado pela pergunta.

[Thiago Batista]

Bom dia, Milton, bom dia, Lulia. Bom dia a todos. Parabéns pelo resultado, de novo, muito forte, parece que o banco está operando em outro país aqui na parte de qualidade de carteira. Mas a minha pergunta não é sobre isso, a minha pergunta vai ser sobre a parte de rentabilidade das áreas de negócios. Quando a gente acompanha aqui o varejo e atacado, pós pandemia... Não sei se é uma coincidência ou não, mas mudou muito a rentabilidade dos dois produtos, então, varejo estava na casa dos 30%, atacado na casa dos 17%, e agora a gente... está basicamente o inverso, o último número está na casa de 17% o varejo e na casa de quase 30% o atacado. Como imaginar esses retornos daqui para frente? Se tem uma mudança estrutural no negócio... se é competição de *fintech*... O que justifica essa mudança e como imaginar essas rentabilidades olhando no médio prazo?

[Milton]

Bom, Thiago, obrigado pela pergunta, obrigado pelos cumprimentos, sempre bom revê-lo aqui nos nossos *calls*. Bom, acho que a pergunta é ótima e legítima. Então, só separar um pouco. Quando a gente olha uma série mais longa, eu acho que tem alguns efeitos relevantes que aconteceram ao longo dos últimos anos. O primeiro deles você falou, que foi a própria pandemia, que teve um efeito importante, na medida em que o banco, naquele momento, fez uma renúncia grande de receita para atender bem e ajudar os nossos clientes ao tão falado Travessia, o programa de crédito que a gente fez para ajudar os nossos clientes Pessoa Física e Pessoa Jurídica de pequeno porte a atravessarem o momento mais difícil. O segundo ponto teve alguns efeitos regulatórios, enfim, o *capdo* cheque especial certamente teve um impacto porque tirou estruturalmente rentabilidade do segmento, e o terceiro foi a normalização e a volta da inadimplência, como a gente observou ao longo dos últimos anos. A gente passou dois anos muito benignos de inadimplência na Pessoa Física e a inadimplência subiu muito forte agora nos últimos anos, especialmente no mundo de cartões, onde a nossa operação é muito grande, como você bem sabe. A gente tem uma carteira enorme, a gente tem um *share* de mercado bastante grande, o que fez com que a rentabilidade do varejo como um todo viesse para um patamar mais baixo. A gente, apesar de uma leve melhoria nos últimos trimestres, você tem observado... Esse trimestre a gente tem um benefício de uma redução de custos sazonal, por isso a rentabilidade acaba subindo um pouco. Então, no varejo, o que a gente tem feito é... Primeiro, é uma operação que hoje depende mais de crédito do que ela já dependeu no passado. A gente sempre foi muito relevante em crédito, mas a gente sempre teve uma capacidade de geração de receitas e *fees* bastante proporcional à capacidade de geração de receita com crédito, e é uma operação que cresceu muito ao longo dos últimos anos. Cresceu muito mais do que a capacidade de expandir os negócios de *fees*, o que mostra que é uma rentabilidade que atende muito mais a um retorno de crédito do que a um retorno de crédito mais *fees* como o banco captura valor. Então, esse foi o grande efeito. Quando a gente olha e faz um *zoom deep dive* no varejo como um todo, a gente vai ver uma

operação de PJ varejo indo muito, muito bem, com um nível de rentabilidade muito forte, inadimplência muito controlada, como vocês observaram nos indicadores de crédito... Na Pessoa Física, dos clientes que a gente chama de clientes correntistas, também com rentabilidade muito forte... Mais dependente de crédito, é verdade, mas muito mais resilientes no custo do crédito na PDD. E quando a gente olha o que a gente chama de mercado aberto, onde a gente opera sobretudo cartões... Tem outros segmentos também, a gente opera veículos, a gente opera outros produtos, o próprio consignado... A gente viu a rentabilidade mais pressionada. Então, tem um trabalho aqui de reposicionamento do portfólio. A gente também mudou o nível de rentabilidade do portfólio migrando para um portfólio mais garantido, o que também puxa a rentabilidade para um patamar um pouco mais baixo, mas muito mais resiliente em cenário de maior adversidade. Então, custo de reposicionamento do portfólio, clientes de mais média/alta renda em relação à baixa renda a gente também fez. Eu já falei para vocês, a gente tinha um quarto do portfólio, um terço do portfólio em baixa renda, a gente reduziu mais de 10 pontos percentuais ao longo dos últimos anos. Acho que a nossa capacidade de gestão também fez com que a gente passasse melhor por esse momento. Então, olhando no varejo como um todo, a nossa expectativa é de continuar atuando forte para melhorar a rentabilidade. Não acho que ela volte para os patamares lá de trás, mas sem dúvida ainda tem algum espaço para melhorar. E tem uma agenda muito forte de eficiência, quer dizer, no fundo, é aquilo que a gente controla e onde a gente tem que dar cada vez mais ênfase é na agenda de eficiência, sobretudo na Pessoa Física, onde a gente realmente tem espaço para reposicionar a operação olhando-a como uma *business unit* integrada. No atacado, de fato, a gente tem tido rentabilidades muito fortes... Lembrando que o atacado é uma composição de banco de investimento, área comercial, *asset management*, a operação latino-americana... Está tudo ali dentro do que a gente chama de atacado. Uma rentabilidade muito boa. Ela teve uma leve queda no tri passado em função daquela PDD específica, mas ela volta para patamares bastante sólidos. A gente espera uma certa normalização gradual do custo do crédito, o que deve trazer um pouco a rentabilidade para um patamar um pouco mais baixo e ter um pouco menos de atividade também no mundo de banco de investimento e na

própria *asset* em *performance fee*, o que deve trazer alguma pressão na rentabilidade, mas, ainda assim, os números todos no consolidado dentro do que a gente espera, a melhor expectativa do *guidance*, entregar o *guidance* esse ano.

[Renato]

Obrigado, Milton. Já temos a segunda pergunta aqui esperando pela gente, que é do Gustavo Schröder do Bradesco. Tudo bem, Gustavo? Bom dia, bem-vindo.

[Gustavo Schröder]

Bom dia. Bom dia, Lulia, bom dia, Milton. Obrigado pela oportunidade. De fato, parabéns pelos resultados, muito forte *across the board*. Eu queria até já pegar um pouco o gancho no final das palavras do Milton referente a eficiência, acho que, de fato, um número impressionante, um índice de eficiência abaixo de 40%, principalmente se a gente levar em consideração o tamanho do banco. É um banco que tem mais ou menos 4.100 agências mais pontos de atendimento, quase 100 mil funcionários, colaboradores de uma maneira geral. Já fiz essa pergunta para o Milton várias vezes e vou voltar nela. Acho que aqui, talvez, na minha leitura... Acho que seria um *game changer* aqui de rentabilidade. Com toda essa estrutura pesada, o banco consegue trabalhar com ROE entre 20 e 21% e esse índice de eficiência abaixo de 40%. Milton, nas reflexões internas, enfim, nas análises internas, passou o período de pandemia, que existia ali ainda uma leitura que todo mundo precisava fazer de como é que seria pós pandemia o comportamento das pessoas... Acho que a gente já tem um bom cenário aqui, uma boa visibilidade de como as pessoas estão se comportando. Queria saber se não tem espaço para reduzir, de novo, de uma forma significativa, o número de agências e pontos de atendimento, e até mesmo na quantidade, vamos dizer assim, de estrutura ou de *staff* para suportar... Ou talvez até uma otimização que pudesse trazer um outro patamar de rentabilidade que já é alto, né. Queria ouvir um pouco de você, de novo, nesse tema que eu, de fato, acho que aqui tem um espaço para ter uma mudança de ROE, que já é alto, mas talvez um pouco... Mudar um pouco o patamar desse ROE que já é bem alto.

[Milton]

[Milton]

Gustavo, obrigado, prazer em revê-lo novamente. Obrigado. Acho muito bom você sempre fazer essa pergunta porque lembra que tem um monte de colaboradores assistindo o *call* aqui, além dos investidores, e aí sempre me dá a oportunidade de comunicar para vocês e para dentro, porque essa agenda de eficiência realmente é uma agenda fundamental. A gente conseguiu, de fato, atingir esses níveis de eficiência aumentando a alavancagem operacional do banco. Tinha claramente espaço para isso. E a gente vem reduzindo... Se você olhar... Você falou de agências, né... Ao longo dos últimos anos, desde 2015, quando a gente de fato começou a fazer alguns movimentos de redução, a gente já reduziu praticamente 1.500 agências ao longo do tempo. De novo, não é um objetivo isolado, o objetivo é atender bem os nossos clientes. A gente acredita muito no modelo *phygital* e a gente vem procurando evoluir a operação, entendendo a digitalização dos nossos canais, dos nossos clientes, dos nossos produtos, e sobretudo a demanda dos clientes. Tem algumas mensagens aqui. Nesse tri, a gente fechou, se você olhar lá, tem o número de 55 agências. A gente atingiu o volume de 415 agências digitais, que é um modelo completamente diferente, com custo muito mais baixo, em que a gente atende em horários estendidos os nossos clientes, então tem sido muito importante. E a gente tem trabalhado cada vez mais com espaço de negócio onde a gente deixa essas agências mais leves. Tem o que a gente chama de *hub* satélite, com centro operacional em algumas agências, mas deixa esses espaços de negócios muito mais leves para a gente atender, dar consultoria, falar com os nossos clientes, falar de produtos mais sofisticados. Então, o cuidado e o equilíbrio que a gente sempre tem que ter aqui é porque, quando você reduz de forma estrutural o parque, você perde muito *topline* porque o modelo *phygital* está funcionando e está muito integrado. Então, o cuidado que a gente tem que tomar aqui é pra não passar do ponto na medida em que os nossos clientes ainda demandam, os nossos clientes ainda visitam, ainda tem um fluxo de pagamentos muito importante. Embora o volume de pagamentos tenha caído... Ele cresce nominalmente, embora ele tenha perdido o *share* na nossa rede de agências em relação aos demais pagamentos como um todo. Então, a gente continua trabalhando muito forte em eficiência, sobretudo em um momento de maior adversidade. Quanto mais incerto é o futuro, mais intensa é a nossa agenda de

eficiência aqui no banco, e é com esse ritmo que a gente vai trabalhar em 2023 e 2024. Se isso significar ter que fazer ajustes adicionais, faremos os ajustes que são necessários, na medida em que atender bem os nossos clientes e ter um modelo *phygital* funcionando integrado é o nosso, enfim, desafio central. Então, sim, há espaço, sim, continuaremos evoluindo, sim, continuaremos dedicados e debruçados sobre a agenda de eficiência como um todo. Você tocou em algumas das alavancas... Certamente elas são alavancas muito importantes para a gente continuar crescendo e entregando esse nível de eficiência. O *topline* está vindo muito forte, ou veio muito forte ao longo dos anos, o que ajuda no índice, mas a gente sempre tem que ter um olhar para frente e esse equilíbrio tem que continuar se dando. Se o *topline* é incerto, o custo é certo, e a gente vai continuar mergulhado nisso.

[Renato]

Obrigado, Milton. A terceira pergunta, que já está aqui com a gente, é o Rafael Frade do Citi. Bom dia, Rafael. Bem-vindo, obrigado.

[Rafael Frade]

Bom dia. Bom dia, Milton, bom dia, Renato. Obrigado pelo espaço. Tenho duas perguntas aqui. Uma é relativa a cartão de crédito. Então, Milton, como você comentou, a gente está vendo uma estabilidade na qualidade de crédito da carteira como um todo, mas quando a gente olha cartão de crédito, especificamente, ele continua piorando ali marginalmente o EH. Então, se você pudesse elaborar um pouquinho sobre como é que vocês estão vendo essa dinâmica do cartão de crédito... Apesar de todas as medidas que vocês já fizeram lá atrás, isso ainda é um pouco de cauda, enfim, da origem anterior... E uma segunda pergunta é com relação a *funding*. Acho que até é um pouco diferente de outros players. Vocês chegaram em um momento bem relevante de *funding*. Queria entender o quanto que isso é demanda de cliente, é proposta de investimento de vocês, é *funding* vindo de empresas, enfim, se pudesse também falar um pouquinho dessa dinâmica.

[Milton]

Legal, Rafael, prazer em revê-lo. Obrigado pela pergunta. Bom, vou começar a falar aqui um pouco de cartão. Cartão de crédito... Lembrando que o nosso portfólio é muito grande, a gente tem praticamente 30% de *market share* quando a gente leva em consideração o *share* do Banco Carrefour também, onde a gente tem 49% do banco. Quando a gente olha como um todo, os segmentos tiveram performances distintas. Então, o correntista teve uma performance muito boa do ponto de vista de PDD ao longo do tempo. Então, um portfólio que sofreu menos e um portfólio que a gente continua crescendo. Lembrando que o perfil dos nossos clientes é um perfil de média/alta renda sobremaneira. Claro que a gente também tem alocação na rede de baixa renda, mas é um portfólio mais equilibrado do ponto de vista de qualidade de crédito. E aí depois tem os dois portfólios, sejam as financeiras, né, e o que a gente fala de mar aberto, onde a gente atua com marcas diretamente com o consumidor, sem passar pelos canais tradicionais do banco. Esse portfólio foi o que mais sentiu, e a gente veio reduzindo de forma muito relevante as novas concessões, especialmente nesses dois portfólios. O das financeiras você tem a proposta de valor do sócio, então você não tem necessariamente a mesma qualidade de crédito, você consegue peneirar e ter uma qualidade um pouco melhor... E o mar aberto, naturalmente, o cliente que vem através de um canal digital, o cliente que está olhando e procurando exclusivamente o crédito é onde você tem mais dificuldade. Então, a gente fez um ajuste importante no portfólio, reduzimos as novas concessões e fizemos uma - revisão geral dos nossos limites e a exposição dos grupos de maior risco reduziram de forma relevante também. Então, eu posso te dizer que na ponta... Os atrasos curtos e o que a gente tem visto, não só na safra como a performance, têm melhorado substancialmente. Agora, ele é um portfólio muito grande que ainda tem algum efeito de cauda, sem dúvida nenhuma. Quando a gente compara com os números divulgados pelo SFN, você vai ver que a gente vinha muito em linha no atraso curto, o atraso longo abriu, né, no sistema financeiro nosso, já vem em um patamar muito mais baixo, e a gente faz a correção na ponta mais rápido do que o sistema como um todo. Então, eu acho que essa capacidade e dinamismo de atuar é o que tem feito a diferença. Então, a gente está bastante confortável, a gente já fez as

intervenções necessárias, tanto nos limites como nas safras, e a gente já consegue observar uma redução ainda num patamar mais alto. É uma operação que, do ponto de vista de criação de valor, tirando o cliente correntista, ela vem, sem dúvida, abaixo do custo de capital. E quando você olha isoladamente correntista, ela tem uma performance diferente em função da relação do *cross-sell* e o comportamento e o próprio histórico que você tem dos clientes. Então, esse é o ponto central do mundo de cartões de crédito. E sobre o *funding*, que foi a sua segunda pergunta... Eu acho que o banco tem conseguido performar muito bem na parte de captação de depósitos ao longo dos anos, né... Não só naquilo que a gente chama de depósito tradicional, o banco tem uma plataforma aberta, multiproduto, uma *asset* muito competitiva e um canal de distribuição muito sólido, e a gente tem conseguido, seja com o investimento que a gente fez nos assessores de investimentos, seja com o potencial e a capacidade que o nosso *private* tem de crescer... A gente continua ganhando *market share* no *private*. Atingimos 29% de *market share* olhando dados da Anbima. Então, é o maior *private*, sem sombra de dúvidas, em termos de *share*, e crescendo... Então, isso tem feito com que o nosso *funding* capture valor. É claro que, quando a gente vê momentos de maior adversidade, também acontece o *flight to quality*, e o banco sempre é visto como um porto seguro do ponto de vista de investimentos, dada a solidez, resultados e, enfim, capitalização do banco. E com esse movimento de taxa de juros, teve uma redução importante de fundos e *assets*, o que a gente chama de plataforma aberta, ou fundos multimercados... A indústria como um todo, *performance fee* da indústria como um todo foi bem fraca no primeiro trimestre *across the board* e, com um nível de taxa de juros, os produtos próprios e de tesouraria tendem a crescer mais, por isso que a gente viu esse *inflow* importante. Tem alguma volatilidade... Sempre quando o *funding* vem de grandes corporações, grandes clientes, ele é um *funding* mais institucional, porque... E a gente perdeu um pouco de depósitos no primeiro tri, menos do que a gente tem observado no mercado, concentrado especialmente em grandes corporações que acabam ou distribuindo resultados ou fazendo investimentos ou consumindo mais caixa em função de uma menor atividade. Então, a gente tem visto alguma volatilidade no *funding* em grandes corporações... Agora, o *funding* de Pessoa Física muito, muito

resiliente, e um crescimento, e o *private outstanding* aqui, outperformando o mercado também. Então, acho que o banco tem, sim, conseguido trabalhar muito bem do lado do passivo, com muita solidez, e os nossos indicadores de LCR e NSFR absolutamente estáveis, muito altos, bem acima dos limites regulatórios. E se você olhar o nosso depósito de Pessoa Física sobre carteira de Pessoa Física, você vai ver que a gente tem a melhor relação do mercado, praticamente um para um, *funding* de Pessoa Física para carteira, o que mostra, mais uma vez, a nossa capacidade de atrair depósitos com qualidade e assessorar muito bem os nossos clientes, sempre com uma visão de consultor, né, o melhor investimento para o cliente, e não o melhor produto para o banco. Então, o que eu brinco aqui no banco é que a gente vende o COE do bem, é o COE com *spreads* adequados, para o cliente certo, o cliente que realmente precisa e faz sentido investir no produto.

[Renato]

Perfeito, obrigado, Milton. Já partindo para a próxima, já tem o Rosman do BTG aqui com a gente. Oi, Rosman, bom dia, obrigado.

[Rosman]

Opa, eu que agradeço. Parabéns pelos números. Queria só mudar um pouco o tópico... Acho que o resultado foi bem claro, bem limpo. Acho que o Milton falou que vocês estão indo para a conferência de Nova Iorque, né, eu voltei recentemente de uma visita a investidores estrangeiros e acho que a leitura geral é que as ações estão bem baratas, né, mas eles estão bem preocupados com riscos que são difíceis de estimar... Acho que tem fim de JCP, reforma do IVA, potencial mudança no rotativo, entre outros. Então, eu queria pegar um pouco da leitura de vocês. Como é que vocês veem esses riscos? Acham que eles são reais? Exagerados? E como vocês tocam o dia a dia do banco levando em consideração, obviamente, esses riscos? Obrigado.

[Milton]

Obrigado a você, Rosman. Sempre bom tê-lo aqui com a gente. Obrigado pelas

perguntas. De fato, acho que o que a gente não faz aqui no banco é ignorar risco. Então, a gente realmente enfrenta, e de frente, todos os temas e desafios que surgem. De fato, tem algumas incertezas, acho que você tocou em algumas. O de cartões é um tema recorrente, não é de hoje... Já há alguns anos ele vem para a pauta, e o trabalho que a gente tem tido, sobretudo, é de conseguir educar e mostrar de forma muito didática para todos os *stakeholders* como é que funciona o mercado de cartões no Brasil. Eu me lembro, quando eu fui trabalhar em cartões eu tinha uma visão, quando eu sentei na cadeira de cartões eu descobri um mundo que muitas pessoas desconhecem, porque ele é um ambiente complexo. O ecossistema de cartões é complexo. Tem o papel do cliente, do emissor, do adquirente, da bandeira e do lojista, e como é que essa equação se fecha. Tem alguns dados para você aqui, quer dizer... No consumo brasileiro, o cartão de crédito representa 40% do consumo, 21% do PIB... Um PIB de 10 trilhões de reais, o mundo de cartões movimenta 2 trilhões todos os anos... Só que a gente tem as nossas próprias jabuticabas. Se você olhar, o parcelado sem juros no Brasil é 75% da carteira, enquanto você tem a carteira que paga juros, seja através do parcelado e do rotativo é muito pequeno, é uma carteira de 3,8, no nosso caso, 4% é o rotativo. Então, quando você olha, a parcela que paga juros é substancialmente maior do que a parcela que não paga. E você sabe bem disso, o banco carrega todo o risco. Sempre acho bom repetir porque vai educando e aculturando o mercado. Então, quando a gente compara com economias emergentes e países desenvolvidos, a gente percebe que a nossa... O desbalanceamento do parcelado sem juros é muito grande no Brasil quando comparado. E eu falo isso com muita tranquilidade, porque a gente tem o adquirente, que nós somos donos 100% e temos o banco emissor em que nós somos donos 100%. Então, não há nenhum tipo de conflito em defender o modelo A ou o modelo B. Eu defendo a técnica e a compreensão do todo. Então, eu acho que isso tem ficado cada vez mais claro para o mercado, para os *stakeholders*, seja o Banco Central, que conhece muito, o próprio Ministro da Fazenda... O Ministério da Fazenda tem participado de alguns debates e a gente está discutindo alternativas e caminhos para evoluir o mercado. E claro que isso não depende de uma parte isoladamente, isso é um trabalho que tem que ser feito por várias partes, e o ideal seria que a gente conseguisse, via

autorregulação, evoluir num modelo que seja sustentável de longo prazo, atacando de forma estrutural e de forma transitória a causa raiz do problema. É essa a agenda que a gente acredita. Não estou sozinho nessa agenda, é uma agenda em que tem várias pessoas sentadas num grupo de trabalho. Estamos avançando, vamos ver como evoluir, mas, de novo, sempre olhando para a sustentabilidade desse negócio. O tema do JCP. É leitura, ainda não tem nenhuma proposta clara, a gente ainda não viu. A nossa leitura... A gente ouviu recentemente, enfim, alguns comentários sobre um auto de infração que teria sido feito em um valor relevante para uma empresa... A nossa defesa sempre é, se alguém operou de forma errada, e eu não sei qual é o caso, eu não vou fazer juízo de valor sobre a causa. Eu acho que você tem que atacar de forma implacável onde houve um exagero ou um excesso de criatividade. O que a gente não pode é esquecer que o juro sobre capital próprio veio para substituir a correção monetária de balanço lá de 95, e ele existe justamente para você manter, num país inflacionário como o nosso, você manter o poder de paridade ali, de valor econômico do seu patrimônio. Então, ele tem, sim, um valor. Agora, lembrando que o nosso setor é o setor que tem a maior tributação no país. A gente paga 45 de imposto, né, entre IR e contribuição social, e, além disso, a gente tem PIS e COFINS sobre *spread*, ISS, o próprio IOF quando a gente passa para o crédito. Então, a gente tem que tomar muito cuidado com essas agendas eventualmente de curto prazo, porque comprometem o crescimento das carteiras de crédito e aumentam o *spread* no Brasil. E a gente precisa realmente atacar do outro lado, como é que a gente ataca o custo do *spread* no Brasil, que esse é o grande trabalho. Então, a própria... O IVA, que você comentou, também tem as suas nuances. A intermediação financeira no Brasil é tributada hoje em 4,65. Em nenhum outro país do mundo, ou quase nenhum outro país do mundo, pode ter uma rara exceção, tributa a intermediação financeira. Então, se a gente simplesmente aplicar o IVA na receita de intermediação e na receita de serviços, a gente está aumentando a carga do setor de forma muito material, especialmente encarecendo o crédito para Pessoa Física em um momento em que a gente está trabalhando para reduzir... Tem o marco das garantias, a própria tributação... Como é que a gente trabalha para reduzir o *spread* e não aumentar o *spread*. Então acho que o governo tem consciência disso, a gente tem visto ali os PLs

que estão, enfim, na mesa, que estão sendo trabalhados, mas a gente ainda não viu qual vai ser o PL definitivo, exatamente como é que ele vai tratar essas assimetrias. E um terceiro elemento é que eu acho que ainda tem muitas assimetrias tributárias no próprio setor... Empresas do setor que acabam pagando um pouco menos de imposto, outras que não pagam contribuição social, e aí tem uma oportunidade clara de ajuste, de *same level playing field*. Então, os riscos estão colocados, acho que você citou alguns, a gente está trabalhando da melhor forma possível, de forma construtiva e próxima, para dar visibilidade, para explicar sobretudo os impactos... Para a gente evitar uma agenda que, no curto prazo, possa fazer sentido do ponto de vista de arrecadação, e por outro lado você gera problemas estruturais de longo prazo para a economia, para a sociedade, e sobretudo para a população, que quer pagar e quer ter acesso a crédito e crédito mais competitivo. Então, acho que essas alavancas a gente está super atuante, tendo novidades relevantes a gente vai comunicar para vocês.

[Renato]

Perfeito. Obrigado, Milton. Vamos mudar para inglês. Estávamos falando sobre Nova Iorque e investidores estrangeiros, e a próxima pergunta vem do Tito Labarta, Goldman Sachs. Olá, Tito, bom vê-lo, espero vê-lo em breve em Nova Iorque.

[Tito Labarta]

Olá, Milton, olá Renato. Obrigado pelo *call* e por aceitar minha pergunta em inglês. A minha pergunta é sobre a margem financeira. Ela foi um pouco mais fraca no trimestre, mas ainda assim bastante forte em geral, especialmente a margem financeira com clientes, ainda crescendo acima do topo do *guidance* para o ano todo e o volume está indo ok, *spreads* subindo um pouco no trimestre. E a margem financeira com o mercado um pouco mais fraca no trimestre. Apenas para nos ajudar a pensar no resto do ano... Como isso deve evoluir também no contexto de quando vocês esperam que as taxas diminuam e qual impacto pode ter nessas duas linhas? Obrigado.

[Milton]

Ok, Tito, bom vê-lo novamente. Muito obrigado pela pergunta. Vou começar falando sobre os clientes, a margem financeira com clientes... O que temos visto, como você sabe, há um efeito sazonal no primeiro trimestre. Tivemos menos dias úteis no primeiro trimestre, então isso é esperado. Ainda achamos que o *guidance* é viável, apesar de acreditarmos que há mais desafios agora do que havia no início do ano, quando publicamos ao mercado o *guidance*. Na nossa visão, os desafios são maiores agora. Ainda continuamos acreditando que o *guidance* foi feito de uma forma que pode acomodar nossa performance em 2023, porém com uma tendência para baixo. Essa é a minha visão inicial aqui. Sobre a reavaliação do capital de giro do banco, ainda temos espaço para fazê-lo, então, da forma como foi publicado no MD&A, você verá que ainda estamos 400 pontos base abaixo da taxa SELIC. Essa reavaliação que é feita ao longo do tempo sobre a taxa de juros deve ser feita ao longo do ano, então ainda teremos benefícios aqui. Temos trabalhado com mais linhas de garantia, apesar de termos um aumento nas linhas *clean* no primeiro trimestre por conta do efeito sazonal também. Além disso, claro, vemos alguns produtos que se mantêm por conta da regulação. Isso acontece com cheque especial, empréstimo consignado, INSS... Então, precisamos estar atentos a isso, e isso pode gerar uma pressão nos *spreads* também. Essa é a nossa visão. Ainda acreditamos que é possível fazer isso com a margem financeira com clientes, mas, se eu pudesse escolher uma linha para dizer a geografia... Mesmo que ainda seja muito cedo para dizer isso, acho que com a margem financeira com clientes temos um desafio pela frente, mas ainda temos confiança no *guidance*. E falando sobre o mercado financeiro, com o mercado, conseguimos entregar trimestres bons e decentes. Sabemos dos desafios, como você sabe. Tivemos um trimestre muito bom para *trading*, especialmente bom para *banking*, o que mostra a forma como temos sido dinâmicos em *hedging* nas nossas posições, ALM e nossos descasamentos no balanço, então pudemos fazer isso mantendo um bom nível de margens ao longo dos trimestres e financiar bem o custo de *hedge* dos índices de capital. Ainda achamos que é difícil prever essa linha, como você sabe, mas ainda acreditamos que o *guidance* é razoável e devemos conseguir entregar a margem com o mercado dentro do *guidance* que publicamos inicialmente. Vemos mais desafios vindo das operações latino-americanas,

especialmente do Chile. Como você sabe, Itaú Chile acabou de fazer a publicação e um *conference call* também, e o que eles mostraram lá é que a margem financeira com o mercado no primeiro trimestre foi bem desafiadora, especialmente devido ao ambiente de inflação baixa que temos visto lá. Isso mostra que, como os bancos seguem UF, inflação local... Sempre que há inflação em baixa você tem outros benefícios, mas na margem financeira com o mercado você sofre um pouco mais. Então, Chile e a região devem ser um pouco mais voláteis, e no Brasil ainda acreditamos que podemos ter resultados decentes nos próximos trimestres.

[Renato]

Obrigado, Milton. Mudando de volta para português agora. A próxima pergunta vem do Flávio Yoshida, do Bank of America. Flávio, bom dia e bem-vindo.

[Flávio Yoshida]

Bom dia. Bom dia, Milton, bom dia, Lulia. A minha pergunta é com relação a apetite de risco. A gente percebeu que o NPL ficou estável depois de um período de alta, ainda num nível acho que bastante comportado, mas o crescimento da carteira aqui do Brasil, tanto Pessoa Física quanto Pessoa Jurídica, vêm se reduzindo. E a gente até percebe também que algumas linhas... O menor risco de portfólio de Pessoa Física tem sido mais resiliente, que acho que é o caso de imobiliário e consignado. Eu queria entender como é que está a cabeça de vocês para voltar a acelerar essa carteira. A gente sabe que o cenário macro ainda é bastante desafiador, mas queria entender um pouco mais que sinais vocês gostariam de ver para poder acelerar um pouco esse crescimento. Obrigado.

[Milton]

Flávio, obrigado, sempre bom revê-lo. Obrigado pela pergunta. De fato, a gente vem atuando fortemente no portfólio, fazendo intervenções nas concessões já há alguns trimestres, isso em função de um cenário claramente mais desafiador. Acho que a nossa capacidade *data-driven* e a nossa capacidade de antecipar e gerenciar corretamente os

riscos nos ciclos mais voláteis tem se provado... Acho uma boa notícia a gente conseguir estabilizar a inadimplência na Pessoa Física. Se você olhar, SME com patamares super comportados, então a gente espera uma certa normalização, uma certa neutralidade ao longo dos próximos tris, variações muito pequenas nos dois índices, o que fala bem, naturalmente, da qualidade da carteira. E mais do que isso, lembrando que a gente tem uma pressão matemática aqui, que é o efeito denominador. Como você bem colocou, as carteiras desaceleram o crescimento. Como a gente está olhando saldo de atraso sobre carteira, na medida em que a carteira cresce menos, você também tem uma pressão matemática em cima do indicador, mas, ainda assim, a gente está bastante confortável. O apetite... A gente continua muito focado, a gente olha muito para engajamento, a gente olha muito para os nossos clientes de média e alta renda, também baixa renda... Mas a gente tem um apetite muito bem definido e um arcabouço muito claro, né... Que produto, com que cliente, em que canal, de que forma hoje a gente tem apetite... Então, o *driver* do banco segue sendo o crescimento, a gente não vai parar de crescer, mas a gente vai crescer menos em função dos desafios que a gente vê olhando para frente. Então, acho que é por aí que a gente vai trabalhar nos próximos trimestres. Estamos crescendo, ou mantendo o *share* ou ganhando *share* nos clientes que a gente julga *target* do ponto de vista de apetite de risco, e estamos perdendo *share* conscientemente *by design* nos clientes que a gente entende que estão fora do apetite. Isso é gestão de portfólio e isso vale para todos os segmentos. Mas não podemos deixar de colocar que a demanda tem caído de forma muito importante, então não é mais uma questão só de apetite, o apetite já vem ajustado há alguns trimestres. Esta queda vem de forma relevante do ponto de vista de maior ou menor demanda. A gente está vendo uma menor demanda... Pegar os clientes ali de empresas, o *middle market* a gente cai carteira nesse trimestre, o que tem um duplo efeito. Menor demanda, então os clientes demandando cada vez mais capital de giro e menos linhas de CAPEX de prazos mais longos, e tem o efeito de variação cambial também, que traz a carteira para o nível mais baixo quando a gente olha câmbio de fechamento do ano e fechamento desse trimestre. Então, a demanda tem caído entre 20 e 25% na média nesse segmento de empresas, e na Pessoa Física a gente também fez alguns ajustes. Então, teve o *cap* do

consignado que teve uma redução, a gente teve que cortar alguns públicos porque nesse novo nível de taxa de 1,97 alguns públicos não eram sustentáveis... Teve alguns ajustes. A gente continua e a gente vem reduzindo o ritmo de produção, tanto de veículos como imobiliário... Apesar de ainda representar um crescimento, ele é um crescimento muito menor. E por que? Porque a gente está vendo uma pressão no *funding* cada vez maior, as taxas subindo, e os clientes, naturalmente, com esse nível de preço demandam menos, então a produção também tem caído. Então, é um cenário em que as carteiras devem crescer menos, essa é a nossa expectativa para 2023. E a gente continua investindo e crescendo nos nossos melhores clientes. Como o portfólio do banco e a carteira é muito grande, naturalmente você vai sentir o efeito dos clientes onde a gente está fazendo uma transição e uma saída pesando contra, mas a gente continua crescendo e com apetite correto nos clientes de média e alta renda. Tomando os cuidados devidos, mas crescendo de forma sustentável e estrutural.

[Renato]

Perfeito. Obrigado, Milton. A próxima vem do Daniel Vaz, do Credit Suisse. Bom dia, Daniel, tudo bem? Bem-vindo.

[Daniel Vaz]

Tudo bem, Renato? Obrigado pela oportunidade de fazer pergunta. Parabéns pelo resultado. Milton, no último *call* eu fiz uma pergunta... Acho que você me retornou falando que vocês têm normalmente um *range* ali de crédito colateralizado entre 48 e 53% e vocês estavam mais para a parte alta desse *range*. Queria entender agora, de vocês, um banco com uma posição de capital de CET1 um pouquinho mais tranquila, a parte mais estratégica, assim, se vocês têm alguma visibilidade para o segundo semestre ou já para o ano que vem, pensando em aumentar um pouco dessa concessão direcionada para o *unsecured lending*, ou seja, a parte que você tem um pouquinho mais de possibilidade de gerar *spread*, enfim, colocar um pouquinho mais de risco no balanço, né... Dado esse... Também formação orgânica de capital que vocês estão conseguindo. Como é que vocês estão ponderando isso, tanto a colateralização da

carteira quanto aumentar risco em algum dado momento? Vocês estão com alguma visibilidade com isso? Obrigado.

[Milton]

Obrigado a você, Daniel, pela pergunta. No fundo, não acho que na prática isso está acontecendo em alguma medida, mas a gente vê uma desaceleração dos garantidos, como você tem observado, perto do que foi o crescimento dos últimos anos. Então, isso tende a arrefecer. A gente também vê uma redução no *clean*, mas um reequilíbrio leve. Então, no primeiro trimestre, se você olhar a nossa linha de crédito pessoal, você vai ver que a gente teve um crescimento. Cheque especial é uma linha que cresceu bastante, teve um efeito sazonal pela redução natural do crédito do décimo terceiro no último trimestre, que acaba amortizando as linhas mais caras, mas elas voltam... No crediário a gente tem conseguido produzir bastante, mas com muito critério e qualidade, ganhando *share* nos melhores *ratings*, que é o mais importante... E na carteira como um todo a gente vem reduzindo o ritmo dos garantidos. Então, olhando no mix dos clientes que a gente chama de *target*, a gente tem, sim, ganho *share* e crescido de forma um pouco mais equilibrada. Agora, a demanda diminuiu, então quando você olha hoje, nesses níveis de juros, nesses patamares, a demanda tende a ser menor, é natural... É para isso que serve no fundo a política monetária, é para desacelerar. Então, mesmo os clientes de média e alta renda acabam demandando menos crédito em momentos como esse porque as taxas estão mais altas. Esperam momentos melhores para financiar um imóvel ou para tomar uma linha de crédito, um crédito pessoal, para fazer algum tipo de despesa, etc. Então, a gente está vendo uma demanda menor, sem sombra de dúvidas, mas tendo oportunidade e demanda a gente não tem problema em continuar dando crédito *clean* e crescendo nesses clientes. O que a gente vai continuar é ajustando o balanço do banco e ajustando o mix, crescendo nos clientes de melhor *rating*, tipicamente de média e alta renda, que é o que tem dado solidez e sustentabilidade para a nossa gestão ao longo dos anos e tem fortalecido cada vez mais a nossa franquia. Então, tendo oportunidade, a gente vai, sim, crescer. O que precisa ter de fato é demanda e entender que o mix é adequado para o crescimento.

[Renato]

Perfeito, Milton, obrigado. Para a próxima pergunta, vamos voltar para o inglês porque temos aqui o Jorge Cury, do Morgan Stanley. Olá, Jorge, bem-vindo, bom vê-lo e espero vê-lo amanhã em Nova Iorque.

[Jorge Cury]

Obrigado a todos e parabéns pelos números. Espero vê-los em breve também. Eu queria perguntar sobre os detalhes no slide 16 da sua apresentação, onde você tem o retorno sobre o patrimônio líquido das diferentes linhas de negócios. Você está mostrando, para o primeiro trimestre, um retorno sobre o patrimônio líquido de 10,4% no negócio de crédito. Gostaria de ter a sua perspectiva sobre como esse número é relativo ao potencial. Evidentemente, quando a taxa SELIC é de 13,75%, imagino que esse não seja o resultado desejado. Então, quais são as diferentes alavancas que estão afetando esse número e como você as vê daqui para frente? Quero dizer, a longo prazo, qual seria o retorno justo e atrativo do ROE para o seu negócio de crédito?

[Milton]

Jorge, obrigado pela pergunta. Espero vê-lo em Nova York nos próximos dias. Então, a minha impressão é a seguinte: se olharmos para as séries históricas, você verá que o retorno sobre o patrimônio líquido do crédito sempre esteve muito próximo do custo de capital. Logo, a sensação é que vimos um crescimento enorme no custo de capital próprio do banco nos últimos trimestres. Isso colocou um pouco mais de pressão no nível de retorno sobre o patrimônio. Também, vimos o nível de inadimplência crescendo, principalmente na carteira de cartão de crédito.

Esse é o principal impacto quando olhamos o crédito em termos de rentabilidade. Se separarmos a carteira de cartão de crédito e for feita a análise das outras carteiras, estamos gerando um retorno sobre o patrimônio líquido acima do custo de capital. Isso significa que criamos valor, lembrando que não existe *cross-sell* sem crédito. Ainda sobre a alavancagem, a parte mais relevante da nossa geração de valor tem a ver com o

crédito e o *cross-sell*, bem como o relacionamento com nossos clientes em todos os segmentos. Ou seja, estou falando de varejo, e de clientes atacados em geral. Essa é a nossa análise. Portanto, acredito que chegar próximo ao custo de capital seria razoável porque a maior parte da criação de valor do banco vem de serviços e também da *trading*, onde historicamente somos capazes de entregar acima do custo de capital,. Essa é a minha visão de que temos que trabalhar o custo de capital e acredito que há espaço para isso, principalmente quando a inadimplência for normalizada. Logo, esperamos ter retornos melhores, principalmente nas carteiras de cartão de crédito e financiamento de veículos. Essas são as duas carteiras que sofreram um pouco mais e consequentemente, diminuíram o nível de retorno. Então, com todas as medidas tomadas, os ajustes não gerarão resultados no próximo trimestre, no entanto, acho razoável esperar que o custo do capital e o retorno do crédito estejam alinhados na mesma direção. Esta é a minha melhor expectativa e esse seria o apetite, boas e razoáveis expectativas para nós. Obrigado, Milton.

[Renato]

Obrigado, continuamos com o nosso bingo, de volta para o português. Temos com a gente, para a próxima pergunta, Eduardo Nishio da Genial. Bom dia, bom te ver aqui.

[Eduardo Nishio]

Bom dia, Milton, bom dia Lulia, parabéns pelos resultados. A pergunta, voltando um pouco para a pergunta do Thiago, em relação ao ROE de varejo caindo ao longo do tempo e vendo que vocês estão fazendo mudanças relevantes no negócio de vocês, a visão cliente versus visão produtos, e vendo o que vocês já fizeram esse *rollout* no atacado e, coincidentemente, o atacado vem surtindo bastante efeito na parte de retorno, a parte de rentabilidade. Eu queria saber um pouquinho da visão de vocês, de quando vocês vão fazer o *rollout* dessa visão cliente para varejo que vocês estão trabalhando. E eu acho que varejo deve ser mais complicado, você tem muito mais produto, as pessoas, enfim os departamentos, devem ter os incentivos para maximizar a versão produto hoje em dia. Então, deve ser muito complicado você desfazer isso e

fazer uma visão cliente. Eu quero saber como é que vocês estão indo nessa iniciativa? O que vocês esperam de *outcome*? Se realmente vocês conseguem melhorar o *top line*, a rentabilidade da visão cliente de vocês. E, se eventualmente, quando é que vocês esperam que, se isso tudo der certo, vocês vêm esse ROE de varejo subir novamente, obrigado.

[Milton]

Obrigado, Eduardo bom te ver, obrigado pela pergunta. Bom, aqui é esse é o nosso projeto, nem vou chamar de projeto, talvez seja o nosso maior desafio hoje. A gente virou ano já com a nova estrutura implantada, com as lideranças definidas, com a nova arquitetura de trabalho bem estruturada e a gente tem chamado de *o novo modelo operacional*. É o tal do NMO. Se você ouviu de alguém falando de NMO, é disso que se trata. Então, a gente tem sim desafios enormes, em reorganizar a forma de entender e compreender as necessidades do cliente. Lembrando que, historicamente, todos os bancos foram construídos na visão produto. Você sempre teve lá a vertical produto cartão de crédito, a estrutura, o sistema, então o nascia do sistema ia para estrutura. O que a gente tem conseguido fazer, e isso tem muito a ver com dois ser efeitos: Primeiro, a modernização da plataforma que traz uma diferença importante. Você ficar menos refém dos monólitos e, portanto, você consegue ter jornadas bem estruturadas. E o método de trabalho ágil, que você consegue ter comunidades estruturadas e organizadas para atender e entender as necessidades dos clientes. É claro que é muito fácil falar, o desafio é gigantesco. Então se tiver o pessoal aqui do NMO me escutando vai falar: puxa, ele fala. Não, é complexo. Os times estão mergulhados e dedicados com uma governança muito robusta, de acompanhamento, de execução e agora a gente está numa fase de execução, a fase de conceituação, elaboração e definição ela já foi. E a gente já avançou também na fase de execução. A gente já tem hoje discussões e reuniões muito focadas olhando para as BUs *standalone*. Ao invés da gente ter reunião de cartão, a gente discute a BU PF, *business unit* Pessoa Física, *business unit* Pessoa Jurídica do varejo. A gente já tem esses universos bem mapeados, uma visão de P&L muito clara, estruturadas as alavancas e desafios. Estamos reorganizando os times, já

fizemos uma boa evolução e agora o que a gente quer é colher frutos de fato. Acho que tem boas oportunidades, como eu falava agora pouco, estruturalmente, eu não acredito que a gente vai voltar para aqueles níveis de retorno que a gente via no passado. O mercado mudou estruturalmente, seja do ponto de vista regulatório, seja do ponto de vista de competição - tem mais competição - e maior dependência de crédito, que acaba puxando, como eu falava agora pouco, o nível de retorno um pouco mais para baixo. Mas, estão todos os negócios mergulhados para a gente melhorar substancialmente o nível de rentabilidade, tanto na pessoa física e a pessoa jurídica já tem conseguido fazer um *catch-up* muito importante, a gente tem rodado com rentabilidades bastante altas no nosso negócio de pessoa jurídica varejo. Então, o desafio está na BU PF, vamos colocar da dessa forma, mas com as lideranças corretas, o nível de dedicação e energia máxima. Você não vai ver esse resultado em um trimestre, mas a nossa expectativa é rapidamente começar a mostrar sinais do que que essa mudança faz. E, essa mudança, não só impacta a rentabilidade, ela impacta o NPS, impacta a visibilidade do cliente, ela impacta a experiência do cliente e a gente passa a ter um nível de engajamento e de crescimento de base muito mais relevante, na medida em que o cliente se sentir atendido nas suas necessidades e não mais produto-a-produto. E você alinha, você está correto, acho que ajustar incentivos é peça chave desse processo e a gente vai sem dúvidas, já fizemos uma revisão importante, e faremos outras revisões para que todos tenham o mesmo incentivo. Que este seja o cliente, e não cada um maximizar, porque a soma das partes não necessariamente maximiza o todo e não maximiza a visão do cliente. E é esse o trabalho que a gente está fazendo. Acho que tem muito por fazer ainda, estamos só começando, mas *so far so good* as expectativas são enormes e os resultados já começam a aparecer.

[Renato]

Perfeito Milton, obrigado. E, na sequência, já temos aqui com a gente o Henrique Navarro do Santander. Olá Henrique, bom dia e bem-vindo.

[Henrique Navarro]

Bom dia, pessoal, obrigado pela oportunidade e parabéns aí pelos resultados. Na questão de provisões, vocês dão a largada já no ano, se a gente for anualizar, no *bottom* do *guidance*. Essa é a dinâmica que a gente pode considerar para o resto do ano? De talvez trabalhar no *bottom* do *guidance* de previsão? Essa a minha pergunta, obrigado.

[Milton]

Está bom Henrique, obrigado. Obrigado a você aí pela participação e pela pergunta. Olha, ainda é cedo para falar de geografia, nossa visão é de que ainda tem desafios importantes ao longo dos próximos trimestres. De fato, se você anualizar o primeiro trimestre, ele te leva naturalmente para um patamar mais próximo do piso. Mas, a gente acredita que, com a normalização do atacado, que está contido no *guidance*, a gente pode ter alguma sazonalidade no custo do crédito. A nossa expectativa é de que ele continua subindo gradualmente, ao longo dos próximos trimestres - sem nenhum grande evento, obviamente, nada relevante esperado. Mas, como no atacado são eventos, a gente continua com alguma cautela porque eventos podem surgir ao longo do ano e trazer algum tipo de volatilidade no custo do crédito, o que a gente não observou nos últimos trimestres. Acho que é cedo para falar que é o piso do *guidance*, a gente continua confortável com o *guidance*, não antevemos nenhum problema em entregar o *guidance*. Agora, o custo do crédito depende muito do cenário perspectiva, com cautela acho que é bem-vindo agora, mais novidades a gente vai atualizando vocês nos próximos trimestres.

[Renato]

Obrigado, Milton. Para a próxima pergunta, não tenho certeza se o Juan falará em português ou inglês, mas Juan, seja bem-vindo, bom vê-lo e em nossa reunião, sinta-se à vontade para fazer a pergunta no idioma de sua preferência, obrigado.

[Juan]

Bom dia, Milton, bom dia Renato, parabéns pelo resultado e obrigado pela oportunidade.

Minha pergunta é sobre o negócio de aquisição, o volume transacionado lá cresceu 21% ano-a-ano, provavelmente muito por cima da indústria. Gostaria de saber quais são os *drivers* do crescimento e que tipo de clientes estão *driving* nesse crescimento, obrigado.

[Milton]

É uma pergunta híbrida, Juan. Obrigado a você pela pergunta, português impecável. O adquirente, acho que no fundo a gente vem há alguns anos fazendo um ajuste da operação, uma mudança clara do modelo de atendimento, proposta de valor e os resultados estão nos acompanhando. Esse crescimento tem basicamente a ver, acho que do ponto de vista de *market share* a gente tem conseguido crescer e ganhar *share* nos segmentos que a gente realmente colocou no segmento *target*. Lembrando que a dinâmica de *market share* e de rentabilidade no segmento de adquirente são inversamente proporcionais. Do ponto de vista de *market shares* são os grandes clientes que impulsionam 2/3 do *market share*, são os clientes menores que impulsionam 2/3 da rentabilidade. Olhar o *share* no conceito amplo, não necessariamente é uma boa métrica - eu falo isso já há muitos anos. A gente tem conseguido crescer *market share* naqueles segmentos *target* onde a gente de fato acha que tem mais oportunidade e tem rentabilidade de fato. E a gente tem sido *ultra* disciplinado nas grandes empresas, nas grandes corporações para que a gente não opere com margem de contribuição negativa. No final das contas se você faz isso você não tem nenhum grande desafio de alavancagem operacional - sempre tem algum, mas é pequeno. Mas, se a margem de contribuição é negativa como a gente vê alguns *players* operando em alguns casos, você não tem como ter a alavancagem operacional, e no fundo o que você está fazendo é alugando *market share* e tem um custo para isso e esse não é o *play* que a gente acredita. O que a gente tem conseguido fazer é reprecificar de forma importante. Acho que esse aumento de taxa de juros trouxe um desafio de reprecificação para a indústria como um todo. Maior proximidade dos canais do banco, cada vez mais então a vantagem de ter um adquirente 100% nosso que a gente não precisa pedir "da licença" e criar mecanismos de maior cooperação. Ao contrário, as operações estão

umbilicalmente conectadas para que a gente extraia o máximo de valor e para que o adquirente seja cada vez mais um produto na oferta de valor, e não um negócio *standalone*. E a gente tem conseguido penetrar cada vez mais produtos financeiros, penetrar de forma relevante, crescer a penetração ajudando aos nossos clientes. Esse é o recebível mais barato que eles têm para descontar, então, os nossos clientes diante, de uma situação, acabam demandando e a gente tem conseguido penetrar de forma importante em todos os segmentos. Então, essa reprecificação de MDR e essa penetração de produtos financeiros e a reprecificação dos pacotes, em função das mudanças de taxa, fizeram com que a nossa rentabilidade crescesse. No global, o nosso *market share* está praticamente estável e, nos segmentos onde a gente de fato coloca mais ênfase, é onde a gente tem conseguido ganhar *market share*. E, de novo, não vamos entrar na disputa de aluguel de *market share*. A gente tem sido muito disciplinado no *pricing*, competitivo sim, atendendo bem aos nossos clientes, satisfação de cliente NPS é fundamental e a operação têm evoluído muito nesse sentido. A gente está muito satisfeito com a evolução e esse ano é um ano em que o resultado do adquirente tende a ser substancialmente maior do que foi o resultado do ano passado, voltando a ter uma contribuição importante para o balanço do banco como um todo.

[Renato]

Perfeito Milton, obrigado. Vamos lá, próxima pergunta já está com a gente. A próxima pergunta vem de Nicolas Reeve, do Bank of America. Olá, Nicolas bom ver você e obrigado pela pergunta.

[Nicolas Reeve]

Oi, Renato e Milton muito obrigado por aceitar minha pergunta. Eu tenho uma pergunta sobre seus títulos, seus títulos híbridos. Vocês fizeram o *call* para os 618s e 6 1/2s em dezembro e em março, e à época, você enfatizou claramente os critérios econômicos para fazer a *call*. Minha pergunta é se com os *Tier 2s*, com os 29s e com os 31s, dado que a estrutura é um pouco diferente dos AT1s - pode-se fazer o *call* apenas uma vez. Se você não fizer o *call* dos títulos, eles começam a perder o tratamento de capital, logo,

considerando tudo isso, qual o critério para o *call* dos *Tier 2*? Será ou não um pouco diferente dos AT1s? Qualquer comentário já ajuda, obrigado.

[Milton]

Muito obrigado Nicolas, bom vê-lo novamente. Quando você olha para o rendimento ou o cupom que redefinimos nos AT1s, estimamos algo em torno de 7 1/2 e 8%, estimativa. Se tivéssemos que acessar o mercado para um novo AT1, embora saibamos que o mercado mudou, depois do evento de Credit Suisse, poderíamos considerar uma nova e mais desafiadora emissão premium. Mas, o que vemos agora e considerando o preço atual, é que poderíamos *reset* os títulos em 250 pontos-base abaixo do que seria uma nova emissão. Isso é bastante relevante, por isso tomamos a decisão de não exercer o *call* e esse será o raciocínio. Não olhamos apenas o preço, mas temos que dar uma olhada em outras situações, como o nível de capital das alternativas locais ou *offshore*. O nosso *Tier 2* é o antigo *Tier 2*, então não temos mais benefício de capital, embora ainda tenham um custo de *Tier 2*. Portanto, estamos sempre atualizando nossa gestão de *liabilities* e a capacidade de refinanciar títulos com um título sênior ou mesmo no mercado local, dependendo do rendimento. E temos a capacidade de emitir localmente ou emitir no *offshore* dependendo do rendimento. Logo, trata-se de uma discussão de preço, levando em conta que não temos o benefício visto que são antigos *Tier 2*. Não temos mais o benefício de capital e estamos satisfeitos com nosso AT1, com 1,5 que é o espaço regulatório que temos que emitir AT1s. Logo, esse será o raciocínio da tomada de decisão para acessar o mercado. Atualmente nossa liquidez é muito boa e podemos decidir pagar ou não, dependendo do rendimento e das possibilidades que se apresentam no mercado no momento oportuno.

[Renato]

Muito claro, Milton obrigado novamente. E próxima pergunta de volta ao português porque a gente tem com a gente aqui o Renato Meloni, da Autônomos. Oi, Renato bom dia e bem-vindo ao nosso *call*. Está em mudo, Renato.

[Renato Meloni]

Bom dia, pessoal, tudo bem?

[Renato]

Agora sim, obrigado bom dia.

[Renato Meloni]

Bom dia, obrigado, pela oportunidade e se pudessem falar um pouco mais sobre o que vocês esperam pela dinâmica de *corporate lending* para o resto do ano. Quer dizer, NPLs aumentaram um pouco, mas continuam em um nível bem reduzido, vocês têm a expectativa de que isso vai aumentar mais? E também na parte de crescimento, se ainda vai ser difícil crescer e continuar em queda, obrigado.

[Milton]

Está ótimo, Renato. Obrigado você pela pergunta. Começando pelo NPL, neste seguimento específico de atacado a gente olha muito pouco para o NPL porque ele é *misleading* do ponto de vista de qualidade de carteira. A gente olha muito mais para o índice de cobertura porque como a gente tem um *assessment* cliente a cliente, a gente vai definindo o nível de *rating* provisões nome a nome. Então, 99% das vezes você está provisionado antes do evento. Então, o índice de cobertura fala melhor do nível de proteção que a gente tem para o portfólio e o atraso costuma vir no momento em que você realmente já não conseguiu encontrar uma solução, uma alternativa para o cliente e ele acaba correndo para o atraso e ele naturalmente consome cobertura. O custo do crédito desse segmento vem muito baixo nos últimos anos, a gente passou por um cenário de normalização no outro sentido a gente veio de uma crise muito forte em 2015, 2016 e vários clientes vieram ou recuperações foram feitas ao longo desses anos em que você teve o custo do crédito, sim, mas, reversões também que trouxeram para um patamar muito baixo. O que a gente tem visto no geral é o seguinte: a carteira continua muito saudável do ponto de vista de qualidade. O processo de gestão de portfólio que a gente construiu ao longo dos últimos anos tem funcionado muito bem.

eu dava agora há pouco alguns *highlights* para vocês de como a gente desconcentrou o portfólio, de como a gente ajustou para os setores de mais sensibilidade reduzindo a exposição, crescendo a carteira. Ou seja, diversificando no tempo e é um segmento que tem tido uma *performance* muito forte ao longo dos últimos anos. Nossa expectativa é uma menor demanda, é isso que a gente já tenha observado, então isso na ponta está acontecendo. Por outro lado, é importante mostrar que do lado de mercado de capitais, a queda de originação foi brutal quando a gente compara esse ano com o ano passado em relação ao ano anterior. O mercado de capitais está muito fechado, a gente vê um bom volume de liquidez nos fundos de crédito, mais de 1 trilhão de reais nesses fundos, mas, com uma dinâmica de preço e abertura de taxas tem feito com que os fundos estão com mais caixa do que apetite. Isso significa dizer que o mercado de capitais hoje fechado, tem muito refinanciamento em muitas empresas que vão acessar o mercado ao longo do ano e que tem seus *bonds*, suas debêntures, seus títulos vencendo que não tem necessariamente a capacidade de *rolagem*. Então, o balanço de banco nunca foi tão importante nesse sentido. Acho que por um lado a demanda caí, por outro lado há oportunidades de refinanciamento e absorver operações de mercado de capitais que virão para balanço em boas condições e níveis adequados de retorno. Vão surgir boas oportunidades. Nos segmentos que acessam menos mercado de capitais, esses sim estão com menos demanda, e a gente vem conseguindo crescer e melhorar a qualidade da carteira ao longo dos anos. Esse é um desafio, mas, de novo eu falo de normalização gradual. Sim, é esperado que o custo do crédito nesse segmento suba e os patamares anteriores são insustentáveis, a gente já sabia disso, então é esperado que isso aconteça aí ao longo dos próximos anos. Mas a gente não está antevendo um *credit crunch* algo de forma muito relevante como a gente observou de 2015 e 2016. Tem casos pontuais ou uma recuperação judicial, mas, todos os casos que foram divulgados no mercado, ou a gente não tem exposição, ou a gente está bem provisionado. Então nenhuma preocupação específica, acho que a carteira está bem defendida e as nossas previsões são bastante sólidas e a nossa tempestividade de atuação também. Tendo qualquer tipo de piora marginal, a gente não vai esperar incorrer no atraso porque a gente não opera o balanço por perda incorrida, a gente opera por perda esperada.

Qualquer cenário de deterioração a gente vai chamar as provisões na frente como a gente sempre operou aqui no balanço do banco.

[Renato]

Obrigado Milton. E para a próxima pergunta vamos voltar ao inglês porque temos conosco o Gilberto Garcia do Barclays. Olá Gilberto, obrigado por participar do nosso *call*.

[Gilberto Garcia]

Olá, bom dia e obrigado pela oportunidade. Eu tinha uma pergunta sobre cartões de crédito, você mencionou que seus clientes no contexto de alta de taxas estão reduzindo suas demandas de crédito. Alguns de seus concorrentes também dizem que vão tentar focar em segmentos de renda mais alta, o que em contrapartida significa mais competição para vocês. E, em última análise, os resultados são uma questão de sazonalidade. Em grande parte dos anos, o primeiro trimestre tem um leve declínio sequencial nos cartões de crédito. Levando isso em consideração, gostaria de saber se você poderia falar dos principais motivos para isso na sua visão e se vocês estão vislumbrando mais concorrência ou apenas voltou a normalidade em termos da sazonalidade? Obrigado

[Milton]

Muito obrigado pela sua pergunta, Gilberto. Acho que o primeiro trimestre é pura sazonalidade devido ao grande volume de transações que acontecem no último trimestre, assim como você sabe. mas Sim, temos feito ajustes relevantes no nosso portfólio. Mostrei agora há pouco que estávamos crescendo nos clientes não só em volumes, mas em produtos de cartão de crédito voltados para o segmento *affluente (alta renda)* e fomos reduzindo em outros segmentos. Isso é uma informação importante. Assim, conseguimos manter um bom nível de receita, com algumas anuidades pagas, que são menos voláteis ao TPV (volume total de pagamento) do nosso portfólio. Sim, conseguimos crescer o portfólio com os clientes mais *affluent*(alta

renda). Não vimos diferença no nível concorrencial, é igual, mas por outro lado, como um todo, sinto que o cartão de crédito foi o produto escolhido por muitos dos entrantes do mercado. Vimos uma oferta avassaladora de cartões de crédito e de alguma forma muitos clientes estão *super alavancados* hoje em dia, com sua renda muito comprometida pelo valor devido a quantidade de cartões de crédito que eles têm. Hoje em dia é muito fácil ter 3, 4, 5, 10 cartões de crédito porque não se paga taxa anuidade. É uma opção gratuita ter cartão de crédito e falta muita educação financeira. Logo, estamos trabalhando muito para ajudar nossos clientes a entender os desafios que é ter muitos cartões de crédito em sua carteira. Esse é o fenômeno que vimos. Há um grande ajuste sendo feito no mercado e temos visto diferentes níveis de rentabilidade nessa operação. Os balanços são públicos, mas posso afirmar que agora não há ninguém fazendo ou criando valor em um portfólio como o mencionado, devido ao custo de *equity*. Veremos uma redução importante e, como já disse, estamos crescendo na carteira *affluent* (alta renda) onde acreditamos que ainda há muitas oportunidades para isso, muito *cross sell* a ser feito e temos conseguido crescer nosso portfólio, nossa base de clientes e aumentar a penetração dos cartões de crédito com um bom produto, uma boa UX (experiência do cliente), muito focada em NPS. Esse é o nosso principal objetivo.

Conseguimos isso e não vemos uma concorrência diferente. No entanto, pode ser que isso aumente no futuro, mas estamos prontos para isso, faz parte do jogo.

[Renato]

Obrigado Milton. E a próxima pergunta vem da Natália Corfield, do JP Morgan que já está com a gente na tela aqui também.

[Natália Corfield]

Obrigada por pegar minha pergunta. Eu vou voltar na questão do *Tier 2*, que o Nicholas já tinha levantado, eu acho que ele estava se referindo mais ao *Tier 2* que é Basiléia 3 que tem um *call* no ano que vem. O 2029 que tem um *call* se não estou enganada em novembro de 2024. Então, assim, só para saber como é que vocês estão pensando sobre

o *call* desse *bond*, dado que ele perde tratamento de capital depois do *call*, gradativamente, mas vai perdendo e ele só tem um *call* que é o *call* do ano que vem.

[Milton]

Está ótimo Natália. Bom, sobre esse específico de fato ele entra no período regressivo de utilização de capital, depois do exercício ou não exercício do *call*. A gente está muito tempo antes, é muito difícil falar de hoje se a gente vai ou não exercer um *call* de novembro do ano que vem. Vamos esperar condições de mercado, os mercados podem mudar a gente vai olhar alternativas locais, alternativas externas, vamos olhar preço, o que seria exercer o *call*, que tipo de retorno dá *vis-a-vis* uma nova operação. O banco sempre foi muito ativo na gestão da capital e na gestão de liquidez e se a gente entender que os *economics* estão colocados o que a gente consegue se financiar de forma mais eficiente, o exercício do *call* é algo possível de ser feito. Se a gente acha que o *runoff* e deixar de fato o nível de capital e perdendo eficiência ao longo do tempo porque o preço está adequado, nessas condições imagino que esse *bond* vai virando *senior* com o passar do tempo, vai depender de condições de mercado então é muito, muito difícil com um ano e meio de antecipação praticamente fazer qualquer tipo de *assessment*. Na medida que a gente vai se aproximando do *call* lá na frente da mesma forma como a gente fez no AT1, a gente vai ser super transparente e vamos antecipar nas janelas qual é a direção e que caminho a gente vai seguir.

[Renato]

Obrigado Milton. E agora vamos para a última pergunta do Carlos Gomez do HSBC. Olá Carlos, que bom que conseguiu se conectar, tinha a sua pergunta via WhatsApp caso algo acontecesse algo de última hora, mas que bom vê-lo novamente. A palavra é sua.

[Carlos Gomez]

Muito obrigado por aceitar a pergunta e como é a última vamos tentar ser um pouco mais otimistas. Estamos no meio do primeiro ano deste mandato e muito tem se falado sobre o que acontece em 2023, evolução do crédito, declínio dos empréstimos. O que

vocês esperam para os próximos 3 anos e meio? Qual taxa de crescimento realista para o banco e para o setor de crédito brasileiro? Ou seja, até o fim do mandato atual. Obrigado.

[Milton]

Obrigado Carlos, é uma ótima última pergunta. Minha opinião é que, como você sabe, o banco fará 100 anos no ano que vem e, portanto, administramos o banco independentemente do cenário e dos desafios que vemos no Brasil. Podemos ter ciclos mais longos ou mais curtos. Nossa visão é de que ainda temos desafios pela frente. Muita coisa acontecendo no Congresso com as discussões do arcabouço fiscal. É importante entender isso será aprovado no Congresso, algo que é muito relevante para o futuro do país e a sustentabilidade da dívida. Há muita discussão no Congresso sobre a reforma tributária que pode ser muito disruptiva para o Brasil, porque afinal, as empresas brasileiras precisam simplificar o quadro fiscal, precisam ter mais produtividade e precisamos falar sobre crescimento a longo prazo.

Portanto, ainda temos uma agenda estrutural. Temos que ficar atentos às discussões sobre como a reforma tributária vai tramitar no congresso e os principais indicadores dali em diante. Acreditamos que ainda há espaço para trabalhar nas despesas e também nas receitas. Deve haver cautela para não aumentar o nível de tributação no Brasil já que 1/3 do PIB é tributado, logo, é necessário ser muito eficiente e entender onde implementar isso para garantir a criação de um ambiente onde empresas e indivíduos no Brasil possam ser bem-sucedidos. Isso é que realmente esperamos. Portanto, não comentamos sobre o burburinho político, acho que isso faz parte da jornada. Temos tido muitas conversas com o Ministro da Fazenda e estamos com boas expectativas sobre o diálogo. Estamos a par de todos os desafios políticos e o desafio de avançar com uma agenda relevante. Estamos aqui a longo prazo, é difícil dizer quais como serão os próximos três anos e meio, mas, temos a certeza cultivarmos as melhores condições para o sucesso. O Brasil está em uma posição única geopoliticamente e temos uma grande oportunidade na indústria do agro no Brasil, com excelentes resultados. O segmento de energia tem muitas oportunidades, então temos todos os

ativos necessários, incluindo a posição geográfica para ter sucesso. Não podemos deixar de aproveitar e perder essa oportunidade, mas temos muito dever de casa. O sucesso dependerá de nossa capacidade de coordenar e trabalhar como um país unido para ter sucesso. Esse é o nosso desejo e o que estiver ao alcance do Banco Itaú será feito ajudar o país e o governo a ter sucesso.

[Renato]

Perfeito Milton, muito obrigado pela apresentação, obrigado pelo Q&A. Acho que a gente conseguiu, obrigado aos analistas também, acho que a gente cobriu acho que todos os principais pontos da nossa divulgação do trimestre e com isso a gente encerra aqui a nossa sessão de perguntas e respostas. Encerra também a vídeo conferência do primeiro tri de 2023, de novo agradecendo a todo o mundo pela participação e queria fazer de novo um convite que você já fez, mas, reforçando o convite para o nosso Itaú Day que vai acontecer no dia 15 de junho às 9h00 da manhã e acho que apareceu agora na tela de vocês um QR code onde vocês podem fazer a sua inscrição e já podem enviar perguntas para esse ano. Então vocês podem com antecedência, quem viu o *call* e ficou com alguma dúvida quer perguntar para executivos já pode me mandar as perguntas diretamente. E esperamos obviamente vocês no nosso encontro então no dia 15 de junho. Milton, passo para você de volta palavra para fazer o nosso encerramento da nossa conversa de hoje, obrigado.

[Milton]

Legal, Renato. Super obrigado pela condução do Q&A e pela contribuição e todo o trabalho. E queria agradecer a todos mais uma vez pela participação, muito honrado e muito satisfeito com os resultados. Acho que os desafios são grandes, vocês conhecem tão bem quanto eu, mas acho que a nossa visão de longo prazo e a nossa capacidade de consistência, gestão de risco, a proposta de valor, transformação, cultura, a transformação digital vários dos elementos que a gente tanto fala tem se provado corretos e os resultados estão nos acompanhando. Reforço então o convite do Renato, Itaú Day, dia 15 aonde a gente vai de fato poder falar de um monte de outras coisas, falar

de transformação digital, falar de transformação cultural, falar de negócios sem talvez entrar muito no *nitty gritty* dos números, essa visão mais P&L que a gente trouxe dessa vez, material um pouco mais executivo. Então conto com a presença de vocês. Foi um enorme prazer poder compartilhar a nossa jornada e a nossa agenda e feedbacks são sempre bem-vindos como a gente diz *o Itaú é feito com você*. Então isso vale para os investidores, vale para os clientes, vale para todos os *stakeholders*. Todo o feedback sempre bem-vindo, com muito pé no chão, humildade e cautela a gente vai continuar trabalhando duro aqui para entregar resultados sólidos e consistentes. Está bom pessoal, muito obrigado um grande abraço a todos. Nos vemos para vários de vocês na conferência nos próximos dias e para aqueles que a gente só vai se ver no Itaú Day até lá dia 15 de junho estaremos por aqui de novo. Grande abraço.