

Gustavo Sechin: Olá a todos e bom dia! Sou Gustavo Sechin, Head de Relações com Investidores do Santander Brasil, e gostaria de dar as boas-vindas e agradecer por se juntarem a nós em nossa teleconferência de resultados do ano de 2022. Como sabem, este evento está sendo transmitido ao vivo do nosso estúdio em nossa sede corporativa em São Paulo e será dividido em três segmentos. No primeiro, nosso CEO, Mario Leão irá discutir pilares estratégicos que impulsionarão nosso crescimento, assim como os principais destaques de 2022. Na segunda parte, Angel Santodomingo, nosso CFO, apresentará nossos resultados trimestrais e anuais.

E, finalmente, no último segmento, realizaremos uma sessão de perguntas e respostas, na qual os analistas terão a oportunidade de interagir diretamente conosco. Apenas como lembrete, gostaria de dar algumas instruções sobre nossa reunião de hoje, este evento oferece tradução simultânea; basta selecionar seu idioma de sua preferência e, se desejar fazer uma pergunta durante a sessão de perguntas e respostas, basta clicar no ícone da mão na parte inferior da tela. Com isso, gostaria de passar a palavra ao Mario, que iniciará a apresentação abordando nosso contexto atual. Por favor, Mario.

Mario Leão: Bom dia a todos, muito obrigado por se juntarem a nós em nossa teleconferência de resultados do 4T22 e do ano de 2022. É um prazer estar aqui novamente com todos em formato ao vivo e em vídeo. Começarei a apresentação de hoje discutindo nosso desempenho do ano passado, e apresentando o contexto e o encerramento de 2022 e descrevendo minha perspectiva, que é o ponto de vista de nossa liderança sênior, sobre nosso potencial para o futuro.

Em primeiro lugar, quero enfatizar o que já discutimos há alguns trimestres, que é nossa capacidade de antecipar efetivamente os ciclos econômicos. Já demonstramos essa habilidade no passado e acreditamos que nossa atitude de antecipar as tendências do mercado desempenhou um papel importante em nos levar até onde estamos hoje.

Embora nossos resultados estejam sob pressão no segmento pessoas físicas e no financiamento ao consumo, em parte devido à esperada deterioração das safras mais antigas e à seletividade dos clientes, vemos isso como uma parte natural do mesmo ciclo de crescimento que nos levaram a apresentar uma sequência de resultados recordes nos últimos sete anos.

Além disso, tivemos um evento subsequente de uma grande empresa do atacado que impactou nossos resultados neste trimestre. Embora nossos resultados atuais possam não estar dentro do resultado que desejávamos até o momento, estamos cientes e preparados para lidar com as causas subjacentes. Temos várias oportunidades de crescimento pela frente, que descrevemos em

nossa última teleconferência de resultados e nós os abordaremos em nossa sessão de hoje.

Estamos entrando em 2023 com um balanço patrimonial mais saudável e uma melhor posição para explorar nossas iniciativas de crescimento daqui para frente. Com a taxa Selic caindo esperançosamente e a expectativa de recuperação dos gastos dos consumidores em algum momento no segundo semestre de 2023, projetamos uma retomada do crescimento em nosso negócio de financiamento ao consumo, que é o maior do país, embora até lá, continuemos selecionando clientes e a taxa Selic continue pressionando nossos resultados, particularmente em mercados. Esse crescimento será alcançado mantendo a prioridade na diversificação dos negócios, na vinculação dos clientes, que falaremos mais adiante e no “cross-selling”.

Conseguiremos tudo isso mantendo nosso foco na eficiência e mantendo nossa ênfase em reduzir nosso custo de servir de forma obsessiva.

Na próxima página, slide 5, destacamos nossa capacidade de antecipar tendências. Navegamos proativamente pelo ciclo de crédito, resultando em melhores safras de créditos. Nossas provisões e qualidade de ativos são comparáveis ao cenário atual e estamos em uma boa posição para retomar a expansão do crédito assim que entendermos que as condições do mercado sejam ideais. Obviamente, estamos concedendo crédito, mas já estamos preparados em nossa plataforma de pessoa física e no financiamento ao consumidor para fazer isso mais rapidamente à medida que vemos as condições melhorarem. Como você pode ver em nossos números, nosso custo de crédito tem sido consistentemente mais previsível do que nossos pares ao longo dos ciclos de crédito.

Isso indica a eficácia de nossos modelos de risco, com certeza. Também testemunhamos uma tendência melhor em nossos índices de inadimplência em comparação com o setor, embora as linhas de crédito mais arriscadas tenham experimentado um aumento na inadimplência em todo o setor bancário, nossos números permaneceram comparativamente mais baixos. A inadimplência do cheque especial, por exemplo, aumentou 189 pontos base no setor como um todo, enquanto vimos uma diminuição de 37 pontos base.

Isso também vale para a inadimplência de cartão de crédito, que aumentou 276 pontos base no setor em geral e menos da metade, 127 pontos base para nós. Isso é um resultado de nossa abordagem de crédito mais seletiva e do aperfeiçoamento de nossos modelos de risco. Olhando as safras de créditos mais recentes, observamos um portfólio mais saudável e uma proporção maior de empréstimos com menores níveis de risco. Na verdade, essas safras mais novas já representam quase metade de nossa carteira total de créditos, com

84% sendo créditos com classificação AA a B.

No slide 6, lembramos os pilares que irão impulsionar nosso crescimento nos próximos trimestres e abordaremos com mais detalhes nossa continuidade no controle dos custos de crédito, o crescimento da franquia (teremos várias linhas de negócios diferentes), nosso DNA de eficiência e produtividade (abordaremos dados recentes), e, obviamente, a expansão em vários de nossos negócios, que promovemos desde o ano passado e alguns deles já mostraram bons resultados este ano e continuarão crescendo rapidamente.

Passando para a página seguinte, slide 7, fornecemos mais alguns dados sobre nossas novas safras e nossa carteira de crédito como um todo. A nossa qualidade de crédito para novas safras, como vocês podem ver no canto superior esquerdo, as novas safras estão tendo um desempenho muito melhor do que as safras antigas. Esses são dados que já mostramos no último trimestre, o que significa que a maior seletividade que tivemos nos novos portfólios está trazendo resultados.

No lado direito, vemos o mesmo com base na inadimplência de mais de 30 dias, então maneiras diferentes de ver a forma como estamos abordando o crédito, que é uma grande máquina de resultados para nós, e temos sido mais seletivos e está valendo a pena. Nosso loss absorption das novas safras, comparando o nível de margem financeira que temos com o custo do crédito, em uma base 100, no final de 2021 diminuiu nos créditos pessoais no primeiro trimestre do ano passado e, desde então, voltou a níveis mais decentes. Isso também foi observado em empréstimos para veículos e cartões de crédito.

Então, a mensagem principal é: sim, temos sido mais seletivos, sim, isso nos fez aumentar menos nossa margem financeira do que gostaríamos e, com isso, as comissões relacionadas, como seguros. No entanto, os custos associados a essas novas safras será muito menor e isso já foi mostrado pelos números aqui.

Agora, passando para o slide 8, aqui passaremos para a perspectiva dos clientes, aqui estão algumas métricas que confirmam que estamos no caminho certo, aprimorando consistentemente a experiência do cliente e aumentando a transacionalidade. Temos grandes oportunidades em nossa base de clientes e, em 2023, nos concentraremos ainda mais em nos tornarmos os principais prestadores de serviços financeiros para nossos clientes. A nossa base de clientes vinculados continua crescendo, expandindo em 5% em 2022, e esperamos muito mais este ano.

Além disso, as receitas de clientes vinculados aumentaram 41% em 12 meses, o que significa que continuaremos nos concentrando em transformar mais nossos clientes totais, que alcançaram 60 milhões, em clientes ativos, e mais clientes

ativos em clientes vinculados.

Recentemente, também inovamos ao eliminar a renda mínima exigida para que os clientes ingressem ao nosso segmento de alta renda, nosso segmento Select. Nossa meta é atingir 1 milhão de clientes nessa categoria até 2023, pois esses são nossos clientes mais lucrativos e vinculados por uma ampla margem.

Além disso, como vocês podem ver neste slide, existem oportunidades notáveis em nosso ecossistema e base de clientes. Somente em 2022, nosso negócio de financiamento ao consumo foi responsável por adicionar quase 400.000 novos clientes ao Santander em geral, enquanto nosso negócio de microfinanças, chamado "Prospera", adicionou mais de 300.000. No entanto, um fator crucial para atingir nosso objetivo é a satisfação do cliente, e uma das métricas que monitoramos, obviamente, o NPS (Net Promoter Score) é o mais importante. Nosso NPS pessoa física atingiu 54 pontos no quarto trimestre, um aumento de 4 pontos base, com o onboarding atingindo 71 e produtos considerados importantes para o vínculo com o cliente, como imobiliário, cartões de crédito, também aumentaram durante o período. Embora esses resultados ainda não estejam onde gostaríamos que estivessem, como vocês veem no slide a seguir, estamos tomando muitas medidas, fazendo investimentos e integrando ainda mais nossa plataforma de distribuição.

No slide 9, destacamos nosso compromisso de oferecer aos nossos clientes conveniência 24 horas por dia, 7 dias por semana, por meio da disponibilidade e integração dos nossos canais, o que realmente está valendo a pena, conforme mostrado nesta página. Atualmente, os clientes do Santander Brasil têm a flexibilidade de escolher a forma como desejam ser atendidos, seja por um serviço automatizado ou humano, tudo apoiado por nossa abordagem analítica da experiência do cliente 24 horas por dia, 7 dias por semana. Em linha com nossa estratégia de aumentar nosso portfólio de Agro, estamos expandindo nossa presença no interior do Brasil com 51 novas lojas abertas somente em 2022.

Estamos observando um fluxo significativo de clientes em nossas lojas diariamente, com mais de 13 milhões de clientes visitando nossas lojas mensalmente, metade desses não clientes. Também estamos percebendo grandes oportunidades de parcerias com outros players do varejo e, com isso, aumentamos nossa presença nas cidades brasileiras. Atualmente, estamos em 44% dos municípios, resultado de um aumento de 3,3 vezes no número de pontos de venda durante o trimestre, e estabelecemos a meta de atingir 40.000 pontos até o final do ano.

Nosso canal digital se tornou a principal rota para transações, como um importante canal de distribuição de vendas. Em 2022, o número de contratos

aumentou 17%, com 97% das transações ocorrendo digitalmente. E finalmente, nosso canal remoto também vem consolidando como um ponto de contato cada vez mais crucial para a interação humana fora do horário bancário comercial, com 50% dos serviços sendo prestados durante esse período. Além disso, atingimos 95% das resoluções da primeira chamada, representando um aumento de 14 pontos percentuais nos últimos dois anos.

No slide 10, irei destacar como estamos nos concentrando em maximizar a eficiência e, ao mesmo tempo, gerar fortes ganhos de produtividade. Embora o número de transações tenha aumentado duas vezes em quatro anos, conseguimos fazer isso de forma eficiente, reduzindo o custo unitário da transação em 40% no mesmo período.

Nosso custo para atender clientes totalmente digitais diminuiu 31% nos últimos 12 meses, chegando a R\$ 18,00. Também estamos fazendo investimentos estratégicos em tecnologia, com 90% de nossos negócios agora operando na nuvem e 84% das novas implementações sendo feitas em tempo real.

Isso é resultado da consolidação de nosso ecossistema tecnológico e empresa sob a F1rst, nossa companhia tecnológica. Por fim, para encerrar este tópico, tenho o prazer de anunciar que lançamos recentemente a SX Tools, uma empresa de manufatura que estará focada na entrega de produtos e serviços com excelência.

Nos slides 11 e 12, apresentamos uma visão dos principais destaques do nosso ecossistema de negócios durante o período, além de fornecer uma ideia de onde acreditamos que nosso crescimento virá no futuro. Em negócio de investimentos, gostaria de destacar duas grandes frentes: evolução do nosso modelo AAA para serviços de consultoria, onde já estamos expandindo para 600 assessores até o final do ano e atingiremos 1.300 até o segundo trimestre deste ano; e nosso excelente desempenho na plataforma digital aberta através da Toro – temos planos de crescimento ambiciosos para o segmento de investimentos como um todo.

Os cartões de crédito, que atuam como uma alavanca vital para vincular os clientes, figuraram entre os melhores desempenhos em termos de comissões em 2022. Obtivemos o maior faturamento de todos os tempos, culminando em um ano recorde para este produto. Parte do sucesso pode ser atribuído ao nosso compromisso de fortalecer nosso ecossistema e ao foco em nosso ecossistema de clientes.

No negócio de seguros, os prêmios subiram 28% nos últimos anos e estabelecemos uma meta de R\$ 15 bilhões até o final de 2023. Além disso, alcançamos uma taxa de penetração de 64% no seguro prestamista, sendo uma

referência do setor.

Em consignado, melhoramos ainda mais a experiência do cliente ao expandir a digitalização de contratos, nos levando a originar créditos a uma taxa sem precedentes, superando o desempenho do setor.

E consórcios, outro dos nossos melhores desempenhos, mostrou um crescimento de 42% no total de originações em 2022, o que é explicado pelo progresso feito na experiência do cliente e no serviço pós-venda.

No slide 12, a conquista deste ano não teria sido possível sem nossa capacidade de oferecer as soluções certas para nossos clientes, o qual esperamos aprimorar ainda mais este ano e no futuro.

Nosso segmento de empresas teve um ano excepcional, conforme destacado no slide 12. As receitas aumentaram 32% no ano. Em PMEs, alcançamos um número recorde de novos clientes, chegando a 43.000 por mês. Além disso, nosso foco na transacionalidade resultou em um aumento de 20% em comissões de seguros.

No atacado, conseguimos manter nossa posição como banco de câmbio líder no Brasil. Também estamos orgulhosos de termos sido reconhecidos como o melhor banco de cash management do Brasil e, aliás, da América Latina. Temos grandes oportunidades dentro do segmento e estabelecemos uma meta ambiciosa de aumentar em 13% o portfólio de empresas em 2023.

No Agro, aumentamos nossa participação de mercado para 6%, crescendo nossa carteira para quase R\$ 38 bilhões, e estabelecemos uma meta de atingir R\$ 50 bilhões até o final deste ano. Atualmente, temos 300 colaboradores dedicados exclusivamente a esse segmento.

Finalmente, no segmento de veículos, somos líderes de mercado, como resultado da nossa oferta abrangente no financiamento ao consumo, da "Webmotors" e de alianças estratégicas com grandes montadoras. Hoje, temos uma participação de mercado de 22% no financiamento de veículos para pessoas físicas, e nossa meta é de aumentar nossa carteira de crédito em 18% este ano.

E com isso, gostaria de passar para o Angel Santodomingo, do meu lado, nosso CFO, para nossos destaques do quarto trimestre de 2022. Voltarei para as perguntas e respostas. Obrigado.

Angel Santodomingo: Obrigado, Mario, bom dia a todos, boa tarde àqueles que estão no exterior. É um prazer estar aqui novamente com vocês. Então,

analisaremos os números, os resultados especificamente, a partir do slide 14, onde detalhamos esses números em nosso P&L. A principal mensagem sobre nossos números é que eles refletem o momento do ciclo, em que as receitas ainda são impactadas por decisões anteriores e as provisões ainda não começaram a melhorar.

Nosso lucro líquido, como vocês podem ver, foi de quase R\$ 13 milhões, R\$ 12,9 bilhões, no ano passado. Como afirmamos durante o ano, nosso desempenho em 2022 continua sendo impactado pela abordagem mais seletiva de créditos que adotamos nos últimos trimestres, por nossa sensibilidade negativa às taxas de juros e por pressão de provisões provenientes de safras anteriores, como afirmou Mario. Além desses três impactos, provisionamos parcialmente um evento subsequente que ocorreu recentemente.

Com isso em mente, falaremos alguns de nossos principais números do período. Na frente da receita, o NII total diminuiu 6,8% em 12 meses, com o NII de clientes exibindo um forte crescimento, mas sendo mais do que compensado pelo NII de mercado devido à sensibilidade negativa mencionada às taxas de juros, que vocês veem. Em comissões, a expansão de nossa base de clientes e a maior transacionalidade fizeram com que as receitas aumentassem 2,3% no período, apesar de alguma pressão das comissões relacionadas ao crédito.

Do lado das despesas, as provisões cresceram no trimestre, impactadas por esse evento subsequente. Isso é consistente com o que venho declarando desde nossa teleconferência de resultados do 3Q21, cerca de um ano e pouco atrás. Além disso, pode-se ver que nossos índices de inadimplência permanecem controlados durante o período. Apesar dos desafios impostos pela inflação e pelos acordos salariais ao longo de 2022, as despesas gerais avançaram 7%, pouco acima da taxa de inflação brasileira no período. A eficiência continua sendo uma prioridade para nós, conforme corroborado por nosso índice de 37% no ano, 41% no trimestre, o que nos levou a alcançar um retorno sobre o patrimônio líquido de 16,3% no ano.

No próximo slide, slide 15, detalhamos como nossa margem financeira evoluiu. O NII de clientes cresceu 22,4% em comparação com o mesmo período de 2021, um reflexo direto do nosso foco contínuo na aquisição e vinculação de clientes. Ao comparar o quarto trimestre de 2022 com o trimestre anterior, o NII de produtos diminuiu quase 3%, 2,6%, devido às medidas cautelares de mitigação de risco que implementamos e já comentamos várias vezes.

Entretanto, em termos anuais, continuamos nos beneficiando de uma dinâmica positiva de volume e de um melhor desempenho de captações. Consequentemente, os spreads estão alinhados a um ano atrás. A queda trimestral é principalmente atribuível novamente às mudanças no mix de nossa

carteira de crédito e na seletividade de nossa produção. Por outro lado, como disse em trimestres anteriores, o NII de mercado reflete nossa sensibilidade negativa a movimentos de alta na curva de juros. Como venho repetindo há algum tempo, espera-se que essa tendência persista em 2023, melhorando ao longo dos trimestres e continuando sendo parcialmente compensada por nossos resultados de tesouraria.

No próximo slide, passando para o slide 16, nossa originação e mix de crédito foram afetados por essa estratégia mais seletiva, refletindo nossas medidas de antecipação do ciclo. Apesar disso, ainda conseguimos manter nossa carteira de crédito, com níveis de risco sob controle.

Nosso portfólio cresceu quase 6%, atingindo quase R\$ 490 bilhões. Em grandes empresas, tivemos um desempenho ligeiramente negativo devido à menor atividade em recebíveis e ao impacto cambial. Excluindo a variação cambial, esse portfólio teria reduzido apenas 0,5% no 4T. O segmento de pessoas físicas apresentou o maior crescimento durante o trimestre, pois as linhas de crédito garantidas por ativos, como crédito imobiliário e consignado, guiaram a expansão dessa carteira de empréstimos.

Além disso, a sazonalidade contribuiu para o desempenho robusto dos cartões de crédito. Aqui, deixe-me abrir um parêntese para destacar que 65% de nossa carteira de crédito de pessoa física é colateralizada. O segmento de PMEs também teve um bom desempenho no período, em parte devido ao Pronampe e ao FGI, programas criados pelo governo federal e que oferecemos aos nossos clientes.

Do lado do passivo, nosso funding teve um desempenho sólido durante o trimestre, o que nos permitiu manter uma forte posição de liquidez. Finalmente, nosso índice de capital principal de nível 1 atingiu quase 11%, 10,8% no final do período, indicando que esse capital principal permanece em um nível saudável.

É importante notar que a resolução 229 do Banco Central, que estava originalmente programada para ser implementada em janeiro, foi adiada até julho deste ano pelo Banco Central. As mudanças descritas nesta resolução terão um impacto favorável em nosso capital de cerca de 70 pontos base.

No slide 17, analisando as comissões, você pode ver que tivemos um trimestre forte com um crescimento acima de 7% impulsionado pela sazonalidade, que é verdade, influenciado por cartões de crédito e a renovação das apólices de seguro de clientes específicos, mas também impulsionado pela transacionalidade.

A nova regra do consórcio ditada pelo Banco Central do Brasil teve um impacto

em nossos números, que foram ajustados de acordo, como vocês se lembram, no terceiro trimestre. O crescimento deste produto é forte e continuará assim, conforme anunciamos nos slides anteriores.

O desempenho ano a ano pode ser atribuído em parte à nossa estratégia de originação de crédito, conforme discutido anteriormente. Em termos de despesas, os números relatados continuam evidenciando nosso compromisso com o controle de custos, com nossas despesas crescendo pouco acima do índice de inflação do período. Além disso, é importante lembrar que todo o efeito dos acordos salariais foi sentido durante este trimestre, o que adicionou alguma pressão em nossas despesas.

No slide 18, você pode observar como a qualidade de nossos ativos evoluiu. Muito já foi dito, mas, como esperado, nossos índices de inadimplência, tanto para 15 a 90 dias quanto acima de 90 dias, na parte esquerda do slide, permanecem claramente sob controle ao longo de 2022.

O desempenho das nossas novas safras de créditos mostrou uma tendência construtiva e, à medida que essas safras ganham maior relevância em nossa carteira de créditos, prevemos uma evolução mais saudável na qualidade dos ativos. Finalmente, o custo do crédito atingiu 4,4% em 12 meses. Isso é consistente com nossas observações anteriores sobre o impacto de safras de créditos mais antigas e o evento subsequente que já mencionamos. Além disso, nosso ritmo de provisionamento não cobriu apenas as safras anteriores, mas também contribuiu para aumentar nossa taxa de cobertura, que atingiu 230% no final do trimestre, acima dos níveis do 3T e da pré-pandemia. Obviamente, esse número inclui o impacto do evento subsequente. Por fim a recuperação de crédito mais uma vez teve um bom desempenho anual e continuará sendo uma de nossas principais áreas de foco, como foi no passado. Então, tendo dito tudo isso, deixe-me agora passar a palavra à você, Mario, para seus comentários finais.

Mario Leão: Obrigado, Angel. Então, resumindo tudo o que dissemos, as principais mensagens sobre nosso 2022. Nossa abordagem de seletividade em clientes, que foi projetada já no final de 2021 e executada ao longo de 2022, alinhada à nossa sensibilidade às taxas de juros, impactaram a receita total, como observamos anteriormente, também safras antigas de empréstimos se deterioraram conforme o esperado, e agora nos encontramos em um dos períodos desafiadores de ciclos de crédito mais longos.

Portanto, gostaríamos de dizer que o ciclo de crédito em pessoas físicas durou seis, sete anos, tivemos anos recordes na base de clientes, nos resultados financeiros, e agora em 2022 e em parte de 2023 passaremos pela parte mais difícil do ciclo de crédito, onde expandiremos menos nosso portfólio em uma

base mais seletiva, o que resultará em uma melhor qualidade geral dos ativos, e veremos isso nos próximos trimestres, com certeza.

Além disso, falando sobre nosso contexto de 2023, começamos o ano sob as mesmas restrições ou seletividade, eu diria, em nossa carteira de crédito, então não alteramos nossa visão e apetite simplesmente por causa do calendário. Teremos cada vez mais uma estratégia com foco na vinculação de clientes – obviamente queremos continuar aumentando nossa base de clientes, 60 milhões já é um número muito grande, temos muito orgulho disso, mas mais importante do que crescer para 61 e 62, o que acontecerá de qualquer forma, é fazer com que esses clientes se tornem ativos e estes ativos se tornem vinculados. Esse é um dos principais motivos pelos quais estamos muito confiantes em 2023 e no futuro. Manteremos nossa cultura de eficiência, produtividade e nossa obsessão, como eu disse, em reduzir nosso custo de servir. Essa é a única maneira de termos uma base de clientes no mercado massivo de forma rentável, então manteremos nossa cultura, nosso DNA, em analisar cada oportunidade que temos de ser mais eficientes, o que significa gastar, mas gastar de uma maneira melhor, cada vez mais. Em termos de alavancas de crescimento, temos várias maneiras diferentes de nos manter, na liderança sênior e na empresa como um todo, empolgados com o futuro. Continuamos sendo uma história de crescimento por vários ângulos diferentes – temos um balanço patrimonial ainda melhor do que no último trimestre. Nosso portfólio, como Angel disse, já tem 50% de representação das novas safras, e elas estão tendo um desempenho cada vez melhor, como esperávamos. Continuamos nosso rápido crescimento em vários de nossos portfólios, como empresas internacionais, PMEs, empresas de médio porte, grandes empresas, e em corporate e investment banking. Continuamos expandindo esses portfólios e existem várias camadas em investimentos e comissões que têm cada vez mais representação em nossa carteira total.

Além disso, obviamente preferiríamos melhores resultados, preferiríamos um 2022 de maior crescimento, mas todos esses resultados são esperados, projetados em certo sentido e, enquanto estávamos em um contexto macro mais difícil, estávamos gastando muito tempo e energia construindo hedges para o portfólio, construindo mais sementes que crescerão e gerarão mais lucros, o que já aconteceu em 2022, e forneceremos mais crescimento e mais boas histórias para compartilhar com o mercado em 2023 e nos anos seguintes. E quando os mercados estiverem melhores, em termos de contexto macro, teremos a maior empresa de financiamento ao consumo para crescer ainda mais, e uma plataforma de crédito de pessoa física muito mais forte e simplificada também.

Portanto, estamos otimistas em relação às nossas perspectivas de crescimento, continuamos trabalhando muito para conter o contexto macro em que estamos operando e, obviamente, estamos cada vez mais confiantes de que nossas

decisões tomadas há um ano foram as corretas e estamos trabalhando para expandir o crescimento e retomar o crescimento nos próximos trimestres deste ano e no futuro.

Com isso, farei uma pausa para perguntas. Muito obrigado novamente.

Perguntas e Respostas

Gustavo Sechin: Obrigado, Mario, obrigado, Angel. Agora iniciaremos nossa sessão de perguntas e respostas. Todos os analistas terão a chance de fazer perguntas durante a sessão de perguntas e respostas, que durará cerca de 30 minutos. Novamente, se você quiser fazer uma pergunta, basta clicar no ícone da mão na parte inferior da tela. Então, nossa primeira pergunta vem de Jorge Kuri, do Morgan Stanley. Oi, Jorge.

Jorge Kuri: Olá a todos. Bom dia, obrigado por ter tempo de responder as perguntas. Queria perguntar se os números publicados sobre sua exposição às Americanas de 3,7 bilhões estão corretos. É essa a exposição que vocês têm? Que tipo de garantias têm por trás desses empréstimos? Qual porcentagem dessa exposição já foi provisionada? Qual é a sua expectativa de como isso impactará os resultados do primeiro trimestre como um default total ou levará 90 dias para se tornar default? Quanto dos R\$ 1 bilhão em provisões adicionais que vimos neste trimestre foi para as Americanas, qual porcentagem da exposição das Americanas está provisionada? E como vocês esperam cobrir o restante das provisões nos próximos dois trimestres? Evidentemente, é muito importante para nós e para o resto do mercado entendermos qual é seu poder de lucro líquido nos próximos dois trimestres, se ainda precisamos criar mais ou menos R\$ 3 bilhões em provisões. Obrigado.

Mario Leão: Olá, Jorge, é um prazer recebê-lo aqui. Obrigado, por participar e também por levantar questões. Então, o Grupo Santander como um todo, e não é diferente no Santander Brasil, como a maior operação que temos no Grupo, não fornecemos comentários sobre nomes específicos, e isso continua sendo nossa posição em relação ao mercado. Entendemos que o mercado está curioso, ansioso entendemos a relevância, agradecemos tudo isso, mas tivemos essa postura, Jorge, e, obviamente, respeitosamente com você e com outras pessoas que têm dúvidas, não vamos comentar sobre o caso particular do evento subsequente. Sim, demos um passo na direção do provisionamento, você notará nos números e observando os níveis ou os scores que reportamos ao Banco Central, espero que você consiga entender mais sobre o quanto fizemos. Como todas as provisões que temos em nosso atacado e também em "Minorista", nosso negócio de varejo, sempre vemos esses portfólios como um filme, e não como uma foto, então continuaremos analisando esse evento em particular, como ele irá evoluir, obviamente está em fluxo, como vocês

acompanham na imprensa. Portanto, continuaremos monitorando isso durante todo o ano, como, eu entendo, a maioria do setor o fará, e à medida que evoluímos em uma direção ou outra, avaliaremos o quanto provisionamos versus o quanto devemos continuar fazendo. Não há uma decisão preconcebida sobre como avançaremos e, novamente, isso é o máximo que gostaríamos de compartilhar, dada nossa posição de não comentar nomes específicos, o que continua sendo o caso. Obrigado.

Gustavo Sechin: Obrigado, Mario. Então, nossa próxima pergunta vem de Thiago Batista, do UBS. Oi, Thiago, bom dia.

Thiago Batista: Sim, bom dia a todos. Então, eu tenho duas perguntas. Eu sei que vocês não podem falar especificamente sobre Americanas, mas vocês podem nos dar o tamanho do financiamento a fornecedores do Santander, não só para as Americanas, mas para todo o setor, e o que mudou desde o caso das Americanas? Vocês estão mudando os preços, vocês estão mudando o processo? Vocês estão tentando verificar no Banco Central o tamanho da exposição com outros players, o que mudou? E minha segunda pergunta é sobre o crédito consignado. Vocês mencionaram na divulgação que esperam uma expansão de 26% da carteira de crédito consignado em 2023. Isso é muito mais forte do que a expansão no último ano, e eu diria que provavelmente uma das maiores expansões em alguns anos, o que mudou neste negócio? As mudanças ocorreram internamente no Santander ou vimos alguma mudança no setor para explicar essa expectativa muito maior de crescimento do crédito consignado? Obrigado.

Mario Leão: Obrigado, Thiago. Então eu vou começar e depois Angel complementar. Então, eu queria cobrir em primeiro lugar a estratégia de financiamento de fornecedores, que chamamos de confirming, o nome que usamos aqui, o risco sacado. Este é um dos nossos principais negócios, eu diria, entre clientes de atacado, tanto no nosso negócio de Corporate Banking como no Corporate and Investment Banking, com as empresas muito grandes. Existem muitas âncoras, como chamamos, com quem operamos este produto. É um produto que vem evoluindo ao longo dos anos, foi analisado minuciosamente não apenas por reguladores, auditores e similares, e estamos muito orgulhosos da franquia que construímos, para ser honestos, em relação ao produto, e temos, como eu disse, dezenas de banqueiros com os quais (A) continuamos operando; (B) continuamos dispostos a operar e expandir, e continuamos tendo um relacionamento saudável com eles como âncoras e com seus fornecedores, como aqueles que antecipam seus recebíveis. Na verdade, acabamos de lançar, no ano passado, como temos na apresentação, um canal que chamamos de SX Integra, um canal digital por meio do qual os fornecedores podem antecipar seus

recebíveis com autonomia, que já é a maior plataforma digital para antecipação de recebíveis no financiamento à cadeia de suprimentos. Portanto, não apenas acreditamos no negócio, mas estamos expandindo as formas que o oferecemos tanto aos âncoras quanto aos fornecedores, dando mais agilidade, mais facilidade e, obviamente, capacidade de atendimento, e em termos de apetite de risco, continuamos comprometidos com o produto como éramos antes.

Angel Santodomingo: Em termos de exposição, essa foi sua primeira pergunta, publicamos e divulgamos nossa exposição ao setor de varejo e acho que, se bem me lembro, está quase em torno de 3%. Uma carteira altamente diversificada, como sempre, com exposições muito baixas como porcentagem da carteira de crédito. Isso é algo que está incluído em nossa governança e em nossos limites de apetite ao risco, e temos o princípio de exposições e riscos altamente diversificados.

Gustavo Sechin: Obrigado, Angel. Obrigado, Mario. Por favor, Mario.

Mario Leão: Então, a perspectiva macro a ser compartilhada em relação aos empréstimos consignados é a razão pela qual estamos expandindo. Obviamente estamos expandindo porque acreditamos na proposta de recompensa por risco, gostamos da proposta de recompensa por risco de todos os nossos produtos, especialmente em um momento em que temos um contexto macro mais difícil, com menor renda disponível etc. Os empréstimos em folha são obviamente mais saudáveis do que empréstimos limpos ao consumidor, como todo mundo está vendo. Então, o motivo pelo qual nos concentramos é, obviamente, por causa da proposta de recompensa pelo risco, mas também porque acreditamos que temos um produto diferenciado aqui.

O consignado digital é uma oferta muito, muito eficiente e eu diria que é a melhor da categoria, onde os clientes atendidos por meio de nosso aplicativo podem, por meio de um processo realmente digital, que leva segundos, levantar seus empréstimos consignados.

Então, parte de nossa estratégia tem sido digitalizar cada vez mais nossos contratos. No ano passado, tivemos um ano recorde de centenas de âncoras, centenas de contratos de folha de pagamento com âncoras que foram digitalizados. E a segunda parte de nossa estratégia, para ser mais amplo, é que obviamente nos concentramos no INSS, nos clientes pensionistas, obviamente nos concentramos nos vinculados ao governo, mas temos uma franquia muito forte em empréstimos salariais no setor privado. Temos uma penetração muito grande devido à nossa atitude de cross-selling, então nosso negócio de atacado é forte, temos muitas folhas de pagamento com nossos clientes de atacado e conseguimos ter contratos de ancoragem da folha de pagamento com vários desses clientes de atacado e que tem sido uma parte muito bem-sucedida de

nossa estratégia.

Portanto, unindo o esforço de digitalização a um esforço de cross-selling voltado para o setor privado com nosso negócio de atacado, juntamente com muita ênfase em termos de nossa rede de distribuição no varejo, essas três coisas foram uma história de sucesso em 2022 e estamos muito confiantes de que, com os mesmos pilares, teremos um 2023 ainda mais forte no consignado.

Gustavo Sechin: Obrigado, Mario. Então, seguindo em frente, nossa próxima pergunta vem de Eduardo Rosman, do BTG. Oi, Eduardo. Como você está?

Eduardo Rosman: Olá a todos. Bom dia. Então, eu tenho uma pergunta aqui que está relacionada à sua base de capital. Como sabem, vocês terminaram o ano com um capital principal de 10,8%, caindo trimestre a trimestre e ano a ano. Então, tentando entender aqui qual é o nível mínimo com o qual vocês gostariam de trabalhar, naturalmente sua rentabilidade provavelmente estará sob pressão nos próximos dois trimestres, certo, e vocês tem uma taxa de payout de 50%, que está acima da média. Então estou tentando entender aqui como vocês enxergam seu capital, se vocês podem ver uma mudança na política de dividendos, seria interessante saber de vocês. Obrigado.

Angel Santodomingo: Obrigado, Eduardo. Ok, deixe-me explicar um pouco sobre capital e payout. Sim, fechamos com 10,8% de CET1, sempre dissemos que queríamos estar em torno de 11% e é aqui que estamos e onde estamos gerenciando tanto o crescimento do RWA quanto o payout. Você está certo, nosso payout no ano passado foi de cerca de 52% a 53%, o que é uma espécie de conclusão de como vemos o crescimento dos ativos ponderado pelo risco e como vemos o retorno sobre o patrimônio líquido em uma base estrutural, olhando para o futuro. Então, como uma referência: o pagamento de 50% pode funcionar, obviamente vamos ajustar isso de acordo com o trimestre e de acordo com cada um dos diferentes anos, mas quero dizer, a longo prazo, é aqui que pensamos em termos de payout. Em termos de capital, não apenas estamos confortáveis com esses 11% mencionados, mas também disse ao longo da minha apresentação que temos um novo regulamento, o famoso 229, do Banco Central do Brasil, que deveria começar em 1º de janeiro e foi adiado para 1º de julho deste ano, 23. É uma série de avanços e aproximação de Basileia III, mas, em resumo, significa cerca de 70 pontos base para nosso CET1, adição de 70 – sete, zero, para nosso CET1. Portanto, não apenas em termos de lucros e crescimento, mas também por meio desse novo regulamento, estaremos novamente bem acima dos 11%, provavelmente teremos que gerenciar isso para nos aproximarmos dos 11%, essa é nossa visão estratégica de nosso capital.

Gustavo Sechin: Obrigado, Angel. Nossa próxima pergunta vem de Rafael, do

Citibank. Oi, Rafael.

Rafael Frade: Bom dia, tenho basicamente duas perguntas aqui, uma relacionada à qualidade dos ativos: então, vocês mencionaram que as novas safras estão tendo um desempenho muito melhor e devem resultar em uma qualidade de ativos melhor daqui para frente. Mas quando olho especificamente para o trimestre, parece-me que o NPL creation está de fato se acelerando, especialmente quando consideramos a venda de carteira no trimestre. Então, só para entender se talvez esteja aqui o pico e devemos começar a ver que especificamente o NPL creation deve ter um desempenho melhor nos próximos trimestres? Também, se vocês pudessem comentar sobre a qualidade dos ativos da carteira renegociada, se essa é uma das razões para esse aumento de ativos no NPL creation, ou se há alguma mudança na qualidade dos ativos da carteira renegociada? Obrigado.

Angel Santodomingo: Bem, deixe-me explicar um pouco, em termos de qualidade do risco, acho que temos sido bastante intensos nessas observações. Eu acho que todos nós temos que entender o conceito de “através do ciclo”. Estamos administrando um banco não para este trimestre, para o próximo ano, próximo trimestre. Estamos administrando o banco durante todo o ciclo, e agora temos um ciclo que, como dissemos, tem pressão no lado da receita e ainda não melhorou nas provisões, no lado da qualidade do risco. Mas o que estamos vendo é que essa seletividade está provocando, como você disse em sua pergunta, novas safras muito melhores do que as que estivemos produzindo, digamos, quatro ou cinco trimestres atrás. Vimos alguns números e Mario mencionou a inadimplência, como ela se compara nas novas safras com as antigas, alguns casos em quase a metade ou 70%, 60% do que costumava ser, as diferentes medições, a taxa do loss absorption etc. Então, sim, estamos vendo nossa qualidade onde queríamos estar e onde estamos produzindo com fortes alavancas de crescimento, mas controlando a qualidade. E isso é básico para entender como o futuro deve se parecer. Em termos de NPL formation, em termos de renegociação, todas essas coisas, você tem os números, quero dizer, o portfólio de renegociação está mais ou menos estável e dissemos abertamente desde o primeiro trimestre deste ano que temos sido proativos com nossos clientes, absolutamente proativos, queríamos ajudá-los e isso é algo que está ao mesmo tempo no nosso dever, mas também no lado econômico. Fizemos uma campanha em janeiro de 22 e, ao longo do ano, continuamos sendo proativos na renegociação dessa dívida. Então, sim, é algo que, novamente, por meio da visão através do ciclo, neste ponto do ciclo, todos temos que entender. No NPL formation, obviamente há uma conclusão, como você disse perfeitamente, de tudo o que eu disse em termos de qualidade, venda de carteira, renegociações etc. Obrigado.

Gustavo Sechin: Obrigado, Angel, agora gostaríamos de chamar Pedro Leduc,

do Itaú, para fazer sua pergunta. Pedro, bom dia. Pedro, seu microfone está mutado...

Pedro Leduc: Tudo bem, obrigado. Obrigado pela pergunta novamente e pela realização da conferência. Eu gostaria de mudar um pouco de assunto para NIMs de clientes. Vemos que caiu novamente neste trimestre cerca de 50 bps, segundo consecutivo, relacionado a isso vemos mudanças na carteira de clientes, algumas mudanças no mix de funding aqui também. Gostaria de obter sua ajuda para ver como as atribuições de portfólio ou os spreads de renegociação tiveram algo a ver com essa dinâmica do NIM. Então, no final, tentando entender as mudanças de peças ao analisarmos os NIMs para 2023, qualquer ajuda aqui seria muito apreciada.

Mario Leão: Obrigado, Pedro, ótimo ter você aqui novamente. Então eu vou começar e depois Angel pode complementar com números. Então, direccionalmente falando, o que eu acho que é uma coisa importante para levarmos em conta. Em primeiro lugar, estamos sendo mais seletivos, então, marginalmente, o portfólio, vamos chamar de saudável, ou mesmo recente, já representa 50%, ou quase 50%, do portfólio total, como mencionei antes. Esse portfólio, porque é mais rigoroso em termos de taxas de apetite ao risco, com classificações na extremidade superior de nossa escala, o que significa que esse público são menos clientes, é claro, mais comparativos e clientes que absorvem taxas mais baixas. Naturalmente falando, então, a produção de novos ativos, e estou falando sobre novos, novos ativos em comparação com a maturidade de safras mais antigas: tanto a maturidade quanto o provisionamento de safras mais antigas, que têm uma dinâmica de spreads diferente, naturalmente, é por design e você está vendo aqui alguns dos efeitos. Obviamente, como eu e Angel mencionamos anteriormente, o custo de crédito da produção nessas carteiras será menor e isso já foi demonstrado e cada vez mais será visível em nossos resultados.

O segundo ângulo é quando analisamos nosso portfólio de renegociação, que é um dos portfólios que mais cresceram no ano passado, como todos podem ver, isso tem a ver com nossa atitude em relação ao ciclo de crédito. Temos orgulho de dizer que temos um motor de crédito de pessoas físicas muito bom, e ao analisarmos isso ao longo do ciclo, tivemos que ser mais proativos no ano passado. Na verdade, tivemos uma campanha no último ano, "Desindividua", que todos vocês acompanharam, o que nos permitiu conversar com os clientes de forma mais proativa, e no início do ciclo de deterioração, o que fez com que nosso portfólio de renegociação aumentasse. Com certeza, parte dessa renegociação acaba sendo provisionada, é claro, porque, embora renegociemos em alguns aspectos, essa compra de tempo funciona para alguns clientes e não para outros. Então, sim, alguns dos efeitos que você está vendo aqui têm a ver com o spread, o spread efetivo que temos em nosso portfólio renegociado, que

tende a ser menor com o passar do tempo, do que em comparação com o que era antes. Angel, não sei se você quer complementar...

Angel Santodomingo: Não, você está absolutamente certo. Quero dizer, só para acrescentar a esse argumento de seletividade, você demandou o mix. Mostramos que estamos crescendo em imóveis, crédito imobiliário, desculpe, estamos crescendo em Agro, estamos crescendo em consignado, quero dizer, esse tipo, temos uma exposição de 65% em empréstimos com garantias em pessoas físicas. Então mudamos o balanço patrimonial não apenas para um a base mais sólida, mas também para um com mais garantias, o que também significa, obviamente, que tem menor custo de crédito e também significa, com menor custo de crédito, que o spread é menor, mas se você se lembrar da apresentação: estamos há cerca de um ano, acho que é um ano ou 4 a 5Ts no mesmo nível em termos de spread, ok. Acho que foi algo de 10 ponto alguma coisa, o que significa que afirmamos que passamos por um ponto anormal, mas estamos mantendo os spreads anteriores em termos de nosso portfólio, mas obviamente muito mais confortável.

Mario Leão: E Pedro, se eu puder complementar rapidamente um ângulo, que não falamos muito, porque obviamente a ênfase está mais em pessoas físicas e talvez PMEs, em nossos negócios de atacado, obviamente há o evento subsequente, que não vou abordar, mas o desempenho geral de nossos negócios de médias e grandes empresas tem sido, durante esse ciclo de crédito, inclusive nos últimos anos, muito, muito saudável e recorde seguido de recorde. A questão é que temos sido muito seletivos no atacado, em particular, então em médias e grandes empresas, em que temos sido muito seletivos não por conta do apetite por crédito, mas devido ao ROE marginal. Portanto não expandimos mais nossos negócios de atacado no ano passado não porque não tínhamos apetite por crédito, mas porque os spreads eram mais baixos do que acreditávamos serem justos para alocarmos nosso capital nesse negócio. Isso melhorou marginalmente este ano, tirando o evento subsequente, e vamos ver como evolui ao longo do ano. Acho que isso também foi perguntado antes, e sim, vimos um aumento marginal nos spreads, pelo menos curto prazo, no atacado, vamos ver se isso prevalece ao longo do ano. E obviamente será positivo porque estamos mais leves, por assim dizer, em nosso negócio de atacado, porque fomos mais conservadores em termos de alocação de capital aqui.

Gustavo Sechin: Tudo bem, obrigado, Mario, obrigado, Angel. A próxima pergunta vem de Flavio Yoshida, do Bank of America. Oi, Flavio, bom te ver.

Flávio Yoshida: Oi, obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Então, eu estava me lembrando aqui e vocês falaram abertamente sobre o fato de que o Santander foi o primeiro banco a se tornar mais conservador no crédito,

tornando-se mais seletivo na originação em setembro de 2021, certo, se não estou errado. No entanto, ainda estamos vendo uma deterioração das tendências iniciais de inadimplência, que é ainda maior do que os níveis anteriores à COVID. Ainda vemos altos níveis de renegociação de empréstimos e também altas provisões. Então, tudo isso com os spreads caindo, parece que estamos vendo apenas os efeitos negativos dessa mudança na estratégia, e eu também queria saber se ainda não vimos os efeitos positivos dessas mudanças na estratégia e também uma pergunta relacionada a isso é: existe algum sinal que vocês esperam ver para aumentar seu apetite pelo risco de crédito? Como um melhor ambiente macro, competitivo, ou na inadimplência?

Angel Santodomingo: Ok, obrigado. Flávio, deixe-me dizer, acho que já falamos várias vezes sobre qualidade etc., o 15 a 90 dias é muito mais volátil, como eu disse várias vezes, se você for para os 90 dias, é basicamente estável nos últimos quatro, cinco trimestres, é estável se você comparar com o ano passado, com dois anos atrás. Então, temos as novas safras com as quais nos sentimos muito mais confortáveis. Bom, novamente, é uma questão de tempo quando abriremos o pipeline novamente para outros tipos de riscos. Obviamente, temos testes piloto que estão sendo feitos continuamente, quando virmos as coisas atingirem um nível lucrativo para que possamos reabrir ou retomar em termos de crescimento de volume. Ok, obrigado.

Gustavo Sechin: Agora temos uma pergunta de Yuri Fernandes, do JP Morgan. Oi, Yuri. Como vai?

Yuri Fernandes: Olá, Gustavo, obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu gostaria de voltar ao crescimento dos empréstimos, acho que no slide 12, vocês têm algumas metas, como empréstimos comerciais crescendo 30%, empréstimos para Agro crescendo 33%, financiamento ao consumo, ou seja, empréstimos para veículos, crescendo 18% ano a ano e indústria crescendo 7%. Então eu gostaria de voltar às perguntas do Flavio sobre crescimento do crédito e entender o apetite do banco, porque às vezes eu ouço Mario e Angel dizendo que o banco está muito cauteloso. Mas esses crescimentos parecem bem fortes para 2023. Então eu gostaria de perguntar isso, como vocês estão vendo o crescimento? Quanto o Santander realmente vai crescer? Porque olhando para esses segmentos, vocês deveriam crescer dois dígitos em 2023. E com relação a spreads, vocês estão dizendo basicamente que os spreads serão estáveis, mais ou menos alinhados com a taxa do 4T, então, se for esse o caso, o NII deve crescer, o NII com clientes deve crescer abaixo do volume, então, isso é justo, essa é uma suposição justa para 2023? Obrigado.

Mario Leão: Obrigado, Yuri, vou abordar a primeira parte de sua pergunta, que é mais estratégica, e depois pedirei a Angel para que cubra os números. Sua pergunta é ótima, e agradeço por levantá-la. Então, quando compartilhamos

nossa ambição aqui e obviamente destaca-se uma ambição, não um guidance, mas é para onde estamos direcionados. Fizemos isso no último trimestre, como você deve se lembrar, e estamos fazendo isso de novo, a propósito, vamos continuar repetindo isso porque queremos contar como estamos. Queremos mostrar onde estamos focados em uma velocidade mais acelerada do que em geral. Vamos crescer tanto em empréstimos ao consumidor sem garantia? Provavelmente não. Vamos crescer tanto em outras partes não garantidas do negócio, embora elas tenham margens mais altas? Provavelmente não. Por isso, destacamos aqui alguns dos ângulos pelos quais vamos crescer de forma mais rápida. E por que estamos fazendo isso? Não porque queremos mostrar apenas números, mas acreditamos que esses portfólios, numa base de risco-recompensa, dada a base de clientes que temos, dada a base de clientes com quem temos apetite pelo risco, esses são os portfólios que podemos crescer em um ritmo mais acelerado.

Então, em empresas, que mencionei antes, atingimos nosso recorde no ano passado em todas as diferentes partes do negócio. Temos um negócio de MEI em crescimento, mas importante, mas começando com o ano recorde de empresas menores, empresas médias e grandes. Empresas de médio porte, grandes e ultra grandes, novamente, apesar do evento subsequente, tivemos um ano recorde. Estamos muito confortáveis de que, sem nenhuma arrogância, desenvolvemos nossa maturidade e experiência em relação a esses portfólios e estamos confiantes de que podemos continuar crescendo a uma taxa de dois dígitos. Agro é a mesma coisa, em um nível ainda maior de dois dígitos, acreditamos que expandimos geograficamente o suficiente, entendemos melhor os ciclos, as safras e as diferentes commodities que operamos no Brasil. Portanto, estamos muito confortáveis de que, entre atacado e varejo, não é apenas um negócio agro no varejo, mas sim atacado e varejo, vamos crescer em um ritmo ainda mais alto do que no ano passado.

Por fim, no financiamento ao consumo, que é garantido, é claro, porque tem o automóvel, mas é uma carteira que é sempre mais volátil e tem seu próprio custo de crédito, acreditamos que evoluímos muito em nossos modelos de risco no ano passado, acreditamos que temos as parcerias certas com as grandes OEMs, acreditamos que temos uma rede de distribuição muito forte, com os varejistas, os varejistas de automóveis, especialmente em carros usados, e estamos muito confortáveis. Sim, também podemos crescer aqui a uma taxa de dois dígitos este ano.

Angel Santodomingo: Em termos de volumes em NII, NIMs e etc. Quero dizer que temos um país que provavelmente crescerá a 1%, cerca de 1% do PIB, mais outros 5%, cerca de 5% de inflação; então, esses são termos nominais de 6%. Você tem a Febraban, a associação de bancos, falando de um crescimento

de 8% em termos de volume em 23, você tem o papel dos bancos públicos etc. Então não parece que será um grande ano em termos de crescimento de volume, mas, como disse Mario, analisamos e declaramos claramente para você quais são as linhas nas quais queremos crescer em termos de NII clientes etc. Obviamente eu sempre digo a vocês, vamos calcular o NII líquido do custo de crédito porque você sempre tem uma parte, que é onde eu produzo, e a outra parte que é qual é o custo do crédito que está vinculado a isso e, obviamente, em tempos diferentes. Então não é fácil, mas estamos confiantes em termos de NII de clientes e NIMs. Obrigado.

Gustavo Sechin: Obrigado, Angel, obrigado, Mario. Então, gostaria de agradecer a todos por participarem desta teleconferência, que foi minha última como Head de Relações com Investidores, pois assumirei uma nova posição no grupo. Neste momento, gostaria de aproveitar a oportunidade para agradecer a todos por uma parceria tão boa nos últimos dois anos e também gostaria de apresentar Camila Stolf, por favor, Camila, como a nova Head de Relações com Investidores, e ela será responsável pelo departamento daqui para frente. Bem-vinda, Camila.

Camila Stolf: Obrigada, Gustavo, e obrigada a todos que estão participando desta videoconferência. Após essa videoconferência, nós e toda a nossa equipe de Relações com Investidores estaremos disponíveis para qualquer outra pergunta que vocês possam ter, espero conhecê-los nos próximos meses, espero que pessoalmente. Obrigada e tenham um ótimo dia.

Gustavo Sechin: Obrigado a todos.