

Resultados 4T22

Abertura

[Renato] Olá, bom dia a todos.

Eu sou Renato Lulia, diretor de relações com investidores e inteligência de mercado no Itaú Unibanco.

Muito obrigado por participarem da nossa videoconferência para falar sobre os resultados do 4º trimestre de 2022, que estamos transmitindo diretamente dos nossos escritórios na Faria Lima.

Este evento será dividido em 2 partes. Na primeira, o Milton explicará a nossa performance e os resultados referentes ao 4º trimestre de 2022, e 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 acessando pelo nosso site, existem três opções de áudio na tela: todo conteúdo em português, todo 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 pelo WhatsApp. Pra isso, basta clicar no botão que está na tela, pra quem está acessando pelo site, ou simplesmente mandar uma mensagem para o número (11) 94552-0694.

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

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

[Milton] Obrigado, Renato!

Sejam muito bem-vindos na nossa apresentação dos resultados do 4º trimestre de 2022. Falarei também sobre o Guidance para 2023.

Vamos direto aos números que eu consigo passar um pouco mais de informações pra vocês.

Primeiramente nós fechamos com um resultado de R\$ 7,7 bilhões no trimestre, que representa uma queda de 5,1% em relação ao trimestre anterior, e R\$ 7 bilhões no Brasil, que também representa uma queda de 5,7% em relação ao trimestre anterior.

Um tema muito importante, e eu queria fazer esse registro logo no início, para ficar super claro para vocês, é o evento subsequente: o caso de crédito tão falado que ocorreu depois de dezembro. No nosso balanço de 2022, o caso está 100% provisionado. Portanto, nenhum evento negativo ocorrerá em 2023, apenas eventos positivos de uma eventual recuperação do crédito. Eu queria deixar esse registro na partida. Vou fazer alguns comentários durante a apresentação, alguns ajustes para ficar claro como teria sido a performance sem o evento, mas é muito importante dizer pra vocês que a exposição no nosso balanço está 100% provisionada.

Se não fosse esse efeito, o nosso resultado teria sido de R\$ 8,4 bilhões no consolidado e R\$ 7,7 bilhões no Brasil. Falando de rentabilidade, já considerando a provisão, nós entregamos no consolidado ROE de 19,3%, uma queda de 1,7 pontos percentuais e, no Brasil 19,7%. Se não fosse pelo efeito do evento subsequente comentado, nós teríamos fechado o quarto trimestre com um ROE de 21% e, no Brasil, um ROE de 21,7%. Mais um trimestre bastante sólido e bastante relevante do ponto de vista de performance. Então é importante fazer esse registro.

Só para seguir no evento específico, vou falar do custo do crédito. Nós fechamos o trimestre com o custo de crédito de R\$ 9,8 bilhões e, se não fosse pelo evento, a gente teria fechado com o custo de R\$ 8,5 bilhões. Portanto, vocês podem observar o delta de R\$ 1,3 bilhões, que transitou em resultado no nosso P&L e a diferença para a exposição que nós temos no balanço, para o caso específico, nós provisionamos na PDD complementar. Sempre fazemos revisões periódicas das provisões complementares do banco e nós carimbamos o evento específico na PDD complementar. Portanto, a provisão está feita. Parte dela já transitou no resultado, no caso o valor de R\$ 1,3 bilhões, e parte está na PDD complementar. E havendo uma deterioração do caso, naturalmente ele vem junto com o consumo da complementar que está associada ao caso.

Na margem com clientes, tivemos um crescimento de 3,6% no consolidado, atingindo R\$ 24,2 bilhões, e no Brasil R\$ 21,2 bilhões, que representa um crescimento de 2,6%. Falando sobre o NPL acima de 90 dias, é possível observar que mais uma vez estamos sendo bastante consistente naquilo que temos dito para vocês há muitos trimestres. Podemos ver uma leve piora de 0,1 pontos percentuais no consolidado e 0,2 pontos percentuais no Brasil.

No nosso índice de eficiência conseguimos mais uma evolução, atingindo 41,2% no consolidado e 39,1% no Brasil, o que representa uma queda nos dois indicadores em relação ao trimestre anterior.

Agora eu vou falar um pouco sobre carteira de crédito, sobretudo em um trimestre em que a gente já vem, ao longo do segundo semestre, reduzindo o ritmo de crescimento de carteira. Vocês vão observar isso nos números. A nossa carteira de pessoa física, cresce 3,7% no trimestre e 20% no ano. A carteira de micro, pequenas e médias apresentou um crescimento de 2,4% no trimestre e 10% no ano. Atingimos R\$ 918 bilhões na carteira no Brasil e na carteira consolidada alcançamos R\$ 1.1 trilhão, que representa um crescimento anual de 11% e ajustado por variação cambial um crescimento de 14% nessa carteira.

Nos próximos slides, vou fazer uma prestação de contas em relação ao Guidance. Na carteira de crédito, nós tínhamos uma expectativa de crescimento entre 15,5% e 17,5%. Nós ficamos abaixo do piso do Guidance, e como nós já vínhamos dizendo para vocês, o banco vem, de forma muito cuidadosa, fazendo ajustes no apetite em função do cenário. Eu fico muito confortável em ter entregue um número abaixo do Guidance por essa razão.

Olhando agora especificamente para algumas carteiras: nós observamos um crescimento na carteira de pessoa física em produtos com garantias, que saiu de 47,7% em 2019 para 52,8% em 2022, dessa forma temos um mix mais garantido. Por outro lado, quando a gente olha carteira de crédito financiado e cheque especial, duas linhas que geram bastante efeito na margem, houve uma redução no trimestre, resultado de uma gestão ativa de risco. Por outro lado, tem naturalmente um impacto na margem, no mix de produtos. Apresentamos um crescimento de 3,6% na margem com clientes no trimestre, ou R\$ 800 milhões de variação, sendo R\$ 600 milhões do que a gente chama “core” e R\$ 200 milhões do efeito do capital de giro alocado na margem com clientes.

Como eu dizia agora a pouco, o mix de produtos tem um pequeno impacto negativo, queda de R\$ 100 milhões. Por outro lado, volume, spread e efeitos das operações na América Latina trazem impacto positivo, o que leva a nossa margem pra R\$ 21,5 bilhões.

Atingimos uma margem média anualizada no consolidado de 8,7% e ajustada ao risco de 5,6% excluindo o evento específico, e com o evento específico atingimos 5,1%. No Brasil, nós conseguimos manter a margem média anualizada em 9,4%, e margem ajustada ao risco de 5,9% excluindo o evento específico. Mas considerando o evento, chegamos em 5,3%. Nós indicávamos no Guidance que seria entre 25% e 27% e entregamos muito próximo do topo, o que é boa notícia para o resultado de margem financeira.

Vou falar agora de margem financeira com o mercado. Lembrando que 2022 foi um ano bastante desafiador para essa linha, sobretudo por conta do aumento das taxas de juros, da volatilidade, e de não ter mais os efeitos positivos do overhead que tivemos em 2021. Apesar disso, nós conseguimos mais um trimestre entregar uma margem de resultado positiva. Atingimos R\$ 700 milhões, resultado um pouco

melhor do que nos últimos 2 trimestres, já considerando o custo do hedge do índice de capital, que tem sido na ordem de R\$ 500 milhões por trimestre. Então, tivemos mais um trimestre sólido e em que conseguimos ter bons resultados, tanto na América Latina como no Brasil.

Já imaginávamos uma redução importante na margem com o mercado: o nosso Guidance previa um resultado entre R\$ 1 bilhão e R\$ 3 bilhões. Nós atingimos o topo do Guidance, o que é uma ótima notícia, mas claramente vemos um efeito negativo em relação ao apresentado em 2021, por todas as razões que eu comentei agora há pouco. Sobretudo pelos efeitos do overhead e outros efeitos adicionais que nós tínhamos na margem com o mercado e principalmente, pelo impacto do custo do hedge de capital, que em 2022 foi de aproximadamente R\$ 2 bilhões, e que no ano de 2021 não tínhamos essa política implementada. O hedge de capital foi o grande ofensor da margem com o mercado em 2022.

Passando para a linha de “receita de serviços e seguros”, em cartão de crédito tivemos um bom resultado, tanto no emissor como no adquirente, atingindo um crescimento de 4,2%. Em administração de recursos, também apresentamos crescimento, lembrando que reconhecemos a “performance fee” dos nossos fundos no 2º trimestre e no 4º trimestre. Essa é a regra do Banco Central, pelo regime caixa. A gente teve o efeito de “performance fee” no 4º trimestre e é isso que explica o crescimento do resultado em relação ao trimestre anterior. Também estamos apresentando crescimentos expressivos na operação de seguros, tanto na comparação trimestral quanto na anual.

Falando sobre o Guidance, nossa expectativa era ficar entre 7% e 9% e ficamos em 7,8%, ou seja, muito próximo do ponto médio do Guidance. Em “administração de recursos”, o saldo das nossas captações, seja por meio de produtos próprios ou de terceiros pela plataforma aberta, apresentou 8,7% de crescimento entre dezembro 2021 e dezembro 2022. O mais importante é que a gente consegue o melhor produto para o nosso cliente dado o nosso mix de oferta. Mais uma vez: foco na centralidade no cliente. A gente vem crescendo bastante em produtos próprios em função de uma maior demanda por produtos de renda fixa, mais seguros e com menos volatilidade. Assim, a plataforma aberta acaba apresentando uma redução no período.

A aquisição apresentou um crescimento importante do faturamento de 17,9% em relação a 2021, com a receita crescendo mais do que 2 vezes o volume transacionado, o que significa que nós temos atuado com muita ênfase no mix correto, conseguindo de fato entregar valor e crescer, e melhorando de forma substancial o NPS na operação de aquisição.

E em seguros, eu venho falando recorrentemente sobre isso nos últimos trimestres, nós tivemos um crescimento de 19,9% de prêmios ganhos em relação a 2021. O mais importante é que o resultado recorrente, ou seja, o core da operação de seguros, está crescendo quase 50% e a gente continua acreditando na evolução dessa operação.

Passando agora para qualidade do crédito. A primeira mensagem é que nós vemos atrasos bastante comportados medidos pelo NPL 15-90 e essa informação é muito importante. Eu havia dito no trimestre anterior que esse aumento na América Latina tinha sido por um caso corporativo específico, que seria regularizado e não passaria para o NPL 90. Como vocês podem observar, foi regularizado e não passou para o atraso longo. No Brasil e no total tivemos um leve incremento de 20 e 10 bases points, respectivamente, conforme eu comentei lá no primeiro slide. Prezando pela transparência, a gente informa o impacto da venda de carteira ativa que fizemos de R\$ 100 milhões, que foi de 0,02 pontos percentuais no índice de atraso, valor muito pequeno, mas reforçamos a forma como a gente tem dado a transparência de eventuais vendas de carteira no mercado.

No Brasil, o atraso medido pelo NPL 15-90 dias está super comportado na pessoa física, e ficou estável em relação ao trimestre anterior. No índice para “micro, pequenas e médias empresas” observamos um leve aumento. O índice para grandes empresas não é um bom indicador porque normalmente vem de eventos e não necessariamente de atraso. Dito isso, na pessoa física, vocês devem lembrar que no trimestre anterior eu falei que eu esperava para o 4º trimestre uma evolução, ou seja, a normalização gradual do atraso em linha com o que a gente tinha observado no trimestre passado. No 3º trimestre apresentamos incremento de 0,3 pontos percentuais e no 4º trimestre o incremento foi de 0,2 pontos percentuais, ligeiramente abaixo da variação no trimestre anterior.

Eu também havia dito para vocês que essa normalização deveria ocorrer no primeiro trimestre de 2023 e a expectativa se mantém: no primeiro trimestre deve haver a estabilização do índice de atraso acima de 90 dias.

Isso reforça nossa solidez, gestão de risco e capacidade de gerenciar o nosso custo de crédito em momentos mais turbulentos. Há desafios evidentemente a frente, mas eu acho que o banco até aqui vem conseguindo navegar muito bem por cenários mais desafiadores.

Em “pequenas e médias empresas” no Brasil tem um leve aumento de 0,1 ponto percentual, mas nenhuma preocupação específica.

O indicador “custo do crédito sobre carteira” fechou o trimestre em 3,5%, ajustando pelo evento subsequente do crédito específico ficaria em 3%, resultado muito em linha com o que foi nos últimos períodos e ainda abaixo do que a gente observava no pré-pandemia.

O custo do crédito passou de R\$ 8 bilhões no 3º trimestre para R\$ 8,5 bilhões no 4º trimestre, e considerando o evento específico, ficou em R\$ 9,8 bilhões.

O índice de cobertura na carteira de atacado atingiu 1857% em função justamente desta provisão que foi feita no último trimestre para um caso corporativo específico.

Muito importante dizer que o caso específico está 100% provisionado dentro desta cobertura. Portanto, se ele de fato ocorrer na magnitude em que a gente provisionou, naturalmente perdemos índice de cobertura.

Nós teríamos fechado o custo do crédito em R\$ 31 bilhões sem considerar o evento específico, ou seja, no topo do Guidance 2022. O evento do caso específico dessa rede varejista, de R\$ 1,3 bilhões, é exatamente o que a gente excede o Guidance.

Então, a gente excedeu exatamente no mesmo montante do caso específico, que foi o evento subsequente que ocorreu em janeiro de 2023.

Passando agora para as despesas não decorrentes de juros, podemos observar um crescimento ano contra ano de 6,7% e crescimento de 4,5% no trimestre, que tem sua sazonalidade. Ficamos perto do topo do Guidance no Brasil e dentro do Guidance no consolidado. O índice de eficiência atingiu 39,1% no Brasil e 41,2% no consolidado. Quando a gente compara 2022 contra 2021, o maior ofensor na linha de despesa não decorrente de juros são os investimentos que a gente faz em plataformas, em novos negócios para evoluir a experiência do cliente.

Mas quando a gente olha para o nosso custo core, o incremento foi de 0,7% ou R\$ 300 milhões, para uma inflação no período certamente acima de 6%, quando a gente considera a inflação bancária, que carrega efeitos de renegociação salarial de anos anteriores em patamares muito mais altos.

Então a gente tem conseguido investir muito na franquia e no futuro do banco e ainda assim crescer um pouco acima do IPCA, mas abaixo da inflação bancária.

A notícia é muito boa para Capital. A gente evolui mais um trimestre a nossa base de capital e atingimos 11,9%. Se não fosse o evento específico, a gente estaria rodando em 12% o nosso índice de capital. O índice de 13,5% é o que a gente fecha o nosso nível 1, são 50 pontos base acima do nosso apetite. Lembrando que o nosso apetite é 11,5% no CET1 e 1,5% no AT1.

Então estamos mais uma vez acumulando capital no trimestre. Temos conseguido crescer o resultado, gerando capital suficiente para investir e crescer a nossa franquia, as carteiras, e ainda assim evoluindo na base de capital do banco. Então é uma boa notícia e mais um trimestre positivo.

Eu tenho falado muito para vocês sobre resultado, mas os pilares por trás dos resultados, e que eu gostaria de trazer com um pouco mais de ênfase aqui, é como que a nossa cultura está engajando os nossos colaboradores, os "itubers". Como é que a transformação digital está acontecendo e que impacto isso tem trazido no que é o mais importante, a razão do nosso dia a dia, da nossa existência, que são os nossos clientes, ou seja, a nossa agenda de centralidade do cliente.

Então eu começo falando de cultura. Primeiro ponto, a gente atinge o E-NPS, que é o employer net promoter score, de 88 pontos, sendo esse o maior resultado histórico do banco. E eu sempre digo aqui que funcionários engajados e felizes resultam em clientes felizes. Desta forma, nós atingimos quase 19 mil pessoas já trabalhando no

modelo de comunidades ou tribos. São 2.030 squads que a gente já tem hoje na operação do banco.

Queria compartilhar alguns prêmios e reconhecimentos que a gente teve em 2022 com muito cuidado e muita humildade. Muitas vezes me perguntam como é que a gente mede a transformação cultural e o engajamento dos colaboradores e eu acho que esses reconhecimentos respondem essa pergunta.

A primeira grande informação é que nós somos o primeiro banco a ocupar o 1º lugar das Melhores Empresas para se trabalhar no Brasil acima de 10 mil colaboradores. Então, é a primeira vez que um banco ocupa essa posição, na melhor empresa do país no Great Place to Work.

Tivemos o 1º lugar na categoria Bancos do Prêmio Valor, foi a primeira vez que o Valor traz a categoria bancos.

Atingimos o 1º lugar no Prêmio Valor Carreira - As melhores de Gestão.

Alcançamos o 1º lugar nas Top Companies do LinkedIn pelo terceiro ano consecutivo. Fomos eleito o Banco mais inovador do Brasil pelo Valor Inovação.

E o 1º lugar na categoria internacional do Prêmio Best Workplaces for Innovators, e a 8ª posição no ranking geral que inclui empresas do mundo todo.

Então eu sempre olho para esses reconhecimentos com bastante alegria e felicidade e acho que a gente tem tido avanços importantes, mas também com muita humildade, porque a barra vai subindo e a gente precisa manter esses resultados de forma muito sustentável, olhando para os trimestres subsequentes.

O segundo aspecto que é muito importante da nossa jornada é a transformação digital.

Toda a modernização dos sistemas e foco na resolução rápida de problemas faz com que a gente tenha maior geração de valor para os nossos clientes e competitividade para os nossos negócios.

Eu dizia para vocês que a virada de 2022 era um milestone muito importante para o banco, e de fato foi. A gente conseguiu atingir nosso objetivo com 50% das nossas plataformas medidas por serviços de negócios modernizadas, com tecnologia de ponta, completamente desconectadas.

Quando olhamos do ponto de vista de competitividade das nossas plataformas, a gente atingiu 70% daquilo que a gente entende ser o nível de competitividade que precisamos, ou seja, daquilo que é realmente importante e relevante para o cliente. Então mais do que olhar o número absoluto de 50%, o que eu gosto de olhar é esta evolução, porque é o que impacta a vida do cliente no final do dia.

A velocidade aumentou e a nossa capacidade de levar para produção metodologia ágil, plataformas digitais modernizadas, uma nova cultura e centralidade no cliente, faz com que a gente aumente muito rápido a nossa capacidade de levar produtos,

corrigir erros, levar features novas para produção. Então a gente aumentou em 756% essa velocidade.

E tão importante quanto isso é a redução de incidentes, porque no final do dia o incidente é um problema para o cliente na ponta. Então quando a gente olha num período desde 2018, já reduzimos mais de 70% o número de incidentes nas nossas plataformas, muito em função de todo esse trabalho e essa jornada que a gente vem perseguindo.

Agora para falar de centralidade no cliente eu vou compartilhar alguns números que normalmente não divulgamos, mas eu acho que é um bom momento de prestação de contas por estarmos fechando o ano de 2022 e entrando em 2023.

A centralidade no cliente no cliente, medida pelo NPS, é algo muito importante para o nosso dia a dia. Desde 2018, evoluímos 20 pontos percentuais no NPS global do banco.

A gente reduziu o gap de forma substancial dos players que vinham operando com maiores níveis de NPS. Esse tinha sido o nosso objetivo e a gente vem conseguindo fazer isso de forma importante.

Podemos observar a maioria dos nossos negócios, para não dizer quase a totalidade, nas máximas históricas, mostrando o engajamento, o foco, a centralidade e a digitalização acontecendo de fato. Quase 60% dos nossos negócios geram o que a gente chama de zona de excelência com NPS acima de 70 pontos. Trago alguns casos que são muito emblemáticos: Personnalité, Top Business e Business, que são dois segmentos de empresas do varejo, o Itaú BBA, o Uniclass, o Private, cartões, veículos, mas mais importante do que ver esse portfólio aqui de negócios e produtos evoluindo, é que a gente se colocou um objetivo para terminar 2023 no que a gente chama de zona de excelência, ou seja, atingir o nosso NPS acima de 70 pontos.

Esse é o nosso objetivo para 2023 na escala global: todos os nossos negócios ponderados devem atingir um NPS por volta de 70 pontos até o final do ano.

Esse é o objetivo e a gente realmente acredita que somos capazes de chegar lá com tudo aquilo que eu mostrei nos slides anteriores. Vamos perseguir com muito afinco e buscar todos esses indicadores. Então essa é uma super evolução na agenda de clientes.

Falando agora de 2023, vou iniciar pelo cenário macro.

Quando a gente compara 2023 com 2022, os principais highlights são: o PIB em que a nossa projeção é crescimento de 0,9%, eu vejo com viés positivo, possivelmente haverá uma revisão no curto prazo, com tendência de alta.

Para a SELIC, a melhor expectativa hoje é uma redução para chegar a 12,5% no final do ano, o que naturalmente vai depender de decisões do arcabouço fiscal, da própria inflação, e temos que acompanhar bem de perto.

A Inflação muito em linha com o que foi no ano de 2022, de 5,8%.
Um ligeiro aumento no emprego de 8,2% para 8,5%,
E o câmbio com o Real ligeiramente mais desvalorizado, indo a R\$5,5/USD,

Com isso, o guidance para 2023 é de um crescimento da carteira de crédito entre 6% e 9%, portanto um crescimento mais modesto quando comparado ao que a gente vem produzindo nos anos anteriores. Isso naturalmente tem toda a relação com o cenário que a gente vem observando, desta forma optamos por ser mais prudente na concessão e isso já vem acontecendo há alguns trimestres.

Crescimento da margem ainda expandindo de forma importante, crescendo de 13,5% a 16,5%,

Margem com o mercado entre R\$ 2 bilhões e R\$ 4 bilhões. Nós achamos que, apesar dos desafios, conseguiremos entregar de novo mais um ano de margens positivas, dado o cenário. Já considerando nesse número o custo do hedge, lembrando que tem um impacto importante próximo de R\$ 2 bilhões, dependendo do diferencial de taxa de juros.

Custo do crédito entre R\$ 36,5 bilhões e R\$ 40,5 bilhões.

Receita de serviços e seguros crescendo entre 7,5% e 10,5%.

Despesas não decorrentes de juros crescendo entre 5% e 9%. Aqui é muito importante dizer que a nossa expectativa é que o custo core não cresça mais do que 2%. Lembrando que a gente vem de uma inflação medida pelo IPCA possivelmente por volta de 5,8%, e eu sempre falo que a inflação bancária costuma ser maior, em função da renegociação salarial que tem uma inércia de anos anteriores. Então, nós colocamos um objetivo de não crescer mais do que 2% os custos core. Toda a diferença entre os 5% e 9% são os investimentos que estão sendo feitos na modernização do banco, investimentos em negócios, centralidade no cliente e experiência do cliente.
E por fim, a alíquota efetiva entre 28,5% e 31,5%.

Com isso eu encerro a apresentação dos resultados 2022 e do Guidance 2023. Vou me juntar ao Renato para o Q&A e para endereçar as perguntas de vocês. Agradeço mais uma vez pela participação e pela presença e a gente se vê daqui a pouco. Um grande abraço a todos.

Perguntas e Respostas

Olá novamente, pessoal. Estamos de volta, e o Milton já está aqui para começar a sessão de perguntas e respostas.
Lembrando que a sessão vai ser bilíngue, então as pessoas perguntarão em inglês ou em português, e a gente vai responder no idioma em que a pergunta for feita.

Para quem precisar de tradução simultânea, vão ter opções aí na tela para tradução do inglês para português e vice-versa.

Lembrando também que vocês podem fazer as perguntas pelo WhatsApp e o número para isso é (11) 94552-0694. Bom, já temos pergunta aqui na fila, Milton, podemos começar? Podemos.

Então, a primeira pergunta vem do Domingos Falavina, do JPMorgan. Oi, Dom, bom dia e bem-vindo ao *call* do quarto trimestre.

Bom dia, Milton! Bom dia, Lulia! Obrigado pela oportunidade. Duas perguntinhas rápidas, ambas sobre provisão. A primeira é entender como é que funciona essa provisão adicional que vocês têm. Olhando o balanço, parece que são R\$ 17 bilhões. Quanto disso já está destinado para um segmento, como cartão de crédito, ou para um setor específico da economia, e quanto disso é completamente liberado? Porque a gente viu um uso agora, olhando o balanço, de aproximadamente R\$ 2 bi. R\$ 1,3 bi passou no resultado da exposição de R\$3,4 bi, então parece que veio R\$ 2 bi da provisão complementar. Então, queria entender o quanto que tem de gordura nessa linha.

A segunda é como é que a gente reconcilia um *guidance* de crescimento de PDD de +20% ano contra ano com uma carteira crescendo perto de 10%, ou seja, PDD crescendo duas vezes a carteira, quando o discurso do banco é de redução de risco, e provisão por perda esperada que é feita antecipada. Seria um agravamento de risco? O banco estaria sendo mais conservador no *guidance*? Essas duas perguntas, obrigado.

Obrigado pela pergunta, Domingos, prazer em revê-lo. Deixe-me começar falando sobre as provisões complementares. As provisões complementares de fato estão no balanço há muito tempo, mas a gente faz revisões periódicas, eu diria mensais, sobre o volume de provisões que a gente tem no balanço, sempre olhando as carteiras em perda esperada. E o banco tem, por prática já há muitos anos, ser bastante cuidadoso e prudente com o nível de provisionamento que a gente carrega no balanço. Então, fizemos reforços de provisões ao longo de trimestres anteriores, especialmente na época da COVID lá em 2020, e essas provisões são alocadas para casos específicos onde a gente tem alguma preocupação e que a gente entende que o nível de provisionamento tem que ser mais alto.

Então, parte é o efeito da perda esperada, que fica dentro da provisão complementar, e parte são casos específicos, que pode ser um segmento, pode ser uma empresa, pode ser um negócio ou um ajuste que o banco julgar necessário. O que a gente costuma fazer é, uma vez por mês pelo menos, revisar essas provisões caso a caso, revisar se a expectativa de recuperação futura melhorou ou piorou. Então, quando a gente tomou a decisão de fazer 100% de provisionamento no caso específico, o que a gente está chamando de evento subsequente, a gente olhou para o balanço. Primeiro, para entender se haveria alguma “folga” em função de mudanças em algum caso específico dentro das provisões complementares. A gente decidiu fazer 100% de provisionamento. A gente fez R\$1,3 bi passando pelo

resultado (P&L - lucros e perdas) e parte constituindo um pouco mais de provisão complementar.

Então, o caso específico, foi levado para H e automaticamente a gente fez essa revisão. A gente não costuma dar *disclosure* de casos específicos, mas como foi amplamente noticiado e tem uma recuperação judicial com nosso crédito registrado, nossa exposição total é de R\$ 2,8 bi. Então, só para facilitar aqui a matemática, foi R\$ 1,3 bi feito diretamente no P&L e R\$ 1,5 bi constituído, porque não é só o risco de crédito da operação, a gente também tem exposição em derivativo, fiança... o que completa a exposição total. A gente não costuma entrar nos detalhes em casos específicos, mas é um caso público em que as informações já estão divulgadas.

Então, é uma exposição mais baixa, tem R\$1,5 bi alocado na complementar. Quando a gente foi fazer a revisão, a gente viu que tinha uma oportunidade de uma alocação específica, e nas nossas demonstrações financeiras, a gente deixou explícito que é para o caso específico. Portanto, se houver uma deterioração do caso e a gente entender ser o caso, haverá naturalmente uma maior despesa de PDD em relação ao caso específico e um consumo imediato da provisão que está sendo alocada.

Portanto, faço questão só de reforçar: não haverá nenhum efeito negativo olhando para frente. 100% capturado no quarto trimestre de 2022 e, olhando para frente, a gente fará eventuais movimentações à medida que a gente tenha mais informações. Sobre sua segunda pergunta, do *guidance*, tem dois elementos importantes para fazer o ponto. Primeiro, quando a gente olha na carteira do varejo pessoa física, a gente vê de fato uma estabilização do índice de atraso já no primeiro trimestre de 2023. Essa é a nossa melhor expectativa hoje.

Então a gente cresceu 0,2p.p. no NPL-90 no último trimestre, a ideia é que ele normalize já no primeiro trimestre de 2023. A carteira está crescendo próximo a 10%. A gente não quebrou por segmento, mas, só para dar uma ideia, a nossa expectativa é que tanto a pessoa física como grandes empresas caminhem em patamares parecidos.

Se a gente anualizar o quarto trimestre de 2022, dado que a gente opera em perda esperada, portanto a gente está sempre antecipando o ciclo da produção nova, é natural que essa provisão vai crescer alguma coisa entre 13% e 14% em 2023 para uma carteira que pode crescer próximo a 10%. Então esse é o descolamento, que não é relevante.

Agora, tem um elemento muito importante: como a gente vem normalizando, sobretudo a carteira do varejo já há 2 anos, a gente começa a perceber uma normalização gradual também na carteira do atacado e um cenário com mais desafios para frente, dado o nível de juros na economia. Isso coloca mais pressão nas companhias, na despesa financeira, o nível de alavancagem das empresas tem que ser mais baixo, a depender de como esses juros ficam estruturalmente no longo prazo. Isso fez com que a gente fosse bastante cuidadoso em estimar o custo do crédito um pouco maior para 2023, especialmente na carteira de atacado, que vem de patamares muito, muito baixos. Isso seja medido pelo atraso NPL90, embora não seja melhor indicador, sobretudo para médias para grandes empresas, mas lá dá para ver que o nível de atraso é irrelevante, ou seja por uma maior relação de custo de crédito/carteira que a gente imagina observar ao longo de 2023. Então, a gente

achou prudente, dado o cenário, dadas as perspectivas, dado o tamanho da carteira, fazer um pouco mais de provisão, ao longo de 2023.

Perfeito, obrigado Milton. O próximo é o Thiago Batista, do UBS. Tudo bom, Thiago? Bom dia.

Tudo bom, pessoal, bom dia. Parabéns pelo resultado, e pelo *guidance* que é mais importante ainda. O capital do banco voltou a 13,5% no nível 1. Se a gente assumir um ROE de 20% e o RWA crescendo 7,5%, que seria em linha com o *guidance* de crescimento de carteira, o banco poderia pagar mais dividendos, uns 60% de payout, e ainda manter o capital nível 1 estável em 13,5%. Minha dúvida é: a gente voltou para o cenário em que o banco vai pagar todo o capital acima desses 13,5% de capital nível 1? E só para fazer um *follow up* rápido da pergunta do Domingos, o que mudou nos processos do banco após o caso Americanas? O que evoluiu?

Thiago, obrigado, prazer em revê-lo. Obrigado pela pergunta. A gente vem conseguindo sistematicamente e consistentemente crescer o nível de capital. Vocês lembram que a gente desenquadrrou lá no início de 2020, com as provisões feitas para COVID, e a gente de lá para cá vem recuperando. Implementamos a política de *hedge* do índice de capital, e o banco vem consistentemente gerando valor, financiando as suas atividades e aumentando a capitalização do banco medida pelo CET1.

Nossa expectativa, olhando para frente, não antevê um cenário de aumento do *payout* em termos percentuais. A gente está rodando com o *payout* próximo a 27%, e a maximização do JCP explica o *payout* um pouco acima do mínimo. A gente espera, olhando para frente, um nível de *payout* muito parecido. A gente tem sim crescido o resultado do banco e aumentado o dividendo/ações, esse tem sido o nosso trabalho. Embora a gente tenha conseguido recuperar capital, que é uma ótima notícia, a gente vê alguns desafios olhando para frente. São tipicamente dois: existem novos ponderadores de risco de crédito, que esses, na nossa primeira leitura, podem ser positivos para o capital, mas tem um, que está em consulta pública, que é o capital para risco operacional. Existe uma forma de alocação de risco operacional hoje que está sendo revisitada e esta medida pode ter algum impacto no índice de capital do banco. É cedo para antecipar, essa medida ainda está em consulta pública, tem vários debates acontecendo com o regulador. A gente tem olhado em Basileia vários países postergando a implementação. A previsão é que a nova alocação de risco operacional seja implementada em janeiro de 2024, mas existe uma chance, se de fato a gente seguir o que a gente tem observado em outras geografias, de postergar para 2025. O banco já faz uma provisão para esse capital olhando para frente, portanto a gente não vai cair em um cenário de pagar um dividendo maior sabendo que prospectivamente a gente pode ter um consumo de capital em função desse evento. Ele não chega a ser de materialidade que vá colocar a gente abaixo do apetite, a gente continua trabalhando para recompor capital, mas pode ter algum impacto sim, e é isso que a gente vai acompanhar nos próximos trimestres. Então, por ora, não tem mudança na política de *payout*. A gente continua seguindo aquela política de dividendos que foi divulgada. A tendência é de continuar crescendo o capital

excluindo esse evento, que vai depender de regulação específica do Banco Central que a gente ainda não conhece todos os detalhes de como vai ficar pós consulta pública.

Sobre o caso específico, o tal caso corporativo no evento subsequente, claro que sim. Todo evento de crédito traz aprendizado, seja ele advindo de uma fraude, seja ele advindo de uma piora do cenário em que a gente eventualmente não previa. Então, eu diria que isso faz parte, é um aprendizado caro nesse caso, sem sombra de dúvidas, dados os valores envolvidos, mas sempre traz um aprendizado. Então, o que a gente sempre faz em uma situação como essa é fazer uma revisão completa dos processos, repassar o *storyline*, entender o que podia ter sido feito, quando e como. A mensagem importante é que, nesse período, sobretudo no segundo semestre de 2022, a gente reduziu em R\$ 1 bilhão a exposição no caso específico. Então, já havia um certo desconforto em relação a uma série de informações, mas é difícil evidenciar ou se imaginar que havia uma fraude acontecendo em uma empresa com todas as características que essa empresa tem. Só para vocês terem uma ideia da magnitude do esforço, à medida que as operações foram vencendo a gente não foi produzindo operações novas por uma série de razões que não vêm ao caso aqui agora. Então, a resposta é sim, tem aprendizado, mas também é importante dizer que, na nossa visão, de tudo que a gente viu até agora, é um caso isolado, é uma fraude. A gente fez uma revisão da carteira, a gente fez uma revisão de várias empresas que se valem de operações de risco sacado, não só no banco como no mercado, e a gente não identificou nenhuma anormalidade. No fundo, com as informações que a gente tem disponíveis, é um caso isolado aparentemente, mas que sem dúvida nenhuma sempre traz aprendizado. É isso que a gente procura fazer todas as vezes em que a gente acaba incorrendo em um evento como esse.

Ótimo, bom, vamos para a terceira. Tudo bom, Gustavo? Bom dia, bem-vindo ao call.

Bom dia, Milton! Bom dia, Lulia, obrigado pela oportunidade. Parabéns pelo resultado, especialmente dada a conjuntura. Eu queria mudar um pouquinho de assunto e falar da receita de serviços. Vocês passaram um *guidance* superior, pelo menos no nosso entendimento, se a gente anualizar o final do ano de 2022, que veio um pouco mais baixo do que o banco vinha apresentando ao longo do ano. Especialmente se a gente olhar a composição do que a gente espera para 2023: provavelmente uma desaceleração no TPV teria impacto na linha de adquirência e de cartões, pressão nas linhas de *asset management* e *investment banking*, dada toda a conjuntura mais desafiadora. Então queria entender como é que a gente olha esse final de 2022 mais desafiador na linha de receita de serviços, com crescimento relativamente mais fraco, e vocês trazendo uma expectativa bem acima do 4T22 anualizado para 2023. Seria a linha de seguros compensando? Enfim, se pudessem elaborar a composição desse *guidance* que, na nossa humilde opinião, é relativamente agressivo dado o final de 2022.

Obrigado, Gustavo, pela pergunta e pelos cumprimentos. A gente sempre se desafia. Eu gosto de falar que a gente entrou em 2023 melhor do que a gente terminou 2022,

ou melhor do que a gente começou 2022 certamente. Em função disso, olhando para frente, tem sempre um grau de desafio em qualquer *guidance*. Muitas vezes, você coloca o objetivo, tem a melhor estimativa, mas nem tudo tem um plano de ação absolutamente desenhado e definido. Isso faz parte da nossa dinâmica, tem que ter um grau de desafio. É como a gente de fato gosta de lidar com a performance, gosta de lidar com os indicadores olhando para frente. Então, nessa linha não é diferente. Tem um grau de desafio, mas a gente acha que, em condições normais de temperatura e pressão, com as informações que a gente tem hoje, é possível capturar esse crescimento ao longo de 2023. E a gente consegue ver isso de várias formas, não só pelo TPV. É importante entender que, quando a gente fala de cartão de crédito, a gente tem que olhar a linha de anuidade, em que a gente vem fazendo um esforço importante de redução, a linha do programa de fidelidade, que a gente também vem estimulando e investindo cada vez mais em gerar *loyalty* com os nossos clientes, e tem o próprio intercâmbio. Então, os três efeitos estão aqui contidos nessa linha. O adquirente tem tido uma evolução muito relevante, como vocês observaram, com crescimento da receita substancialmente maior do que o crescimento do TPV. Aqui, é busca por melhor *mix*, foco naturalmente na reprecificação em função do aumento de taxa de juros, penetração de produtos financeiros... Uma gestão cada vez mais próxima do banco, essa integração tem funcionado cada vez mais, a gente não gosta mais de olhar aquisição isoladamente como um P&L de um negócio, mas a gente gosta de olhar ela dentro de um contexto global do relacionamento do cliente com o banco.

Na *asset*, a gente todos os anos se coloca um desafio, porque independentemente de para onde vai o mercado, uma parte importante do resultado tem vindo de *performance fee*. E a gente tem que ser capaz, eu acho que a gente tem um time muito competente, tem o multimesas, além das próprias mesas tradicionais da *asset*, em que a gente coloca um desafio de *performance fee* aí dentro, e a gente tem conseguido entregar ao longo dos anos. Então, mais uma vez tem um desafio para 2023, evidentemente é como o risco de mercado, como a tesouraria depende muito das posições, como a gente vai gerir os ativos e os riscos ao longo do ano, mas sempre tem uma expectativa na nossa capacidade de geração de Alfa. Onde eu vejo que tem um desafio é na linha de assessoria econômica e financeira, tipicamente o banco de investimento. Na corretora, a gente tem conseguido investir cada vez mais na corretora pessoa física, e levado produtos e soluções para os nossos clientes que tem gerado muito valor. Então, de fato, a gente tinha um *gap* de prateleira, a gente vem tirando esse *gap* consistentemente, mês após mês, e a gente já começa a ver um crescimento. Então, parte do resultado vem da pessoa física, onde a gente consegue ter uma gama de produtos e oferta muito mais robusta para atender bem os nossos clientes. E, por outro lado, o banco de investimento tradicional, a atividade de *M&A* deve continuar com uma boa atividade. *Equity capital markets* vai depender muito da janela de mercado, como é que vai ser o cenário global e local, incerteza, taxa de juros, então pode ter aqui uma oportunidade. E a parte de DCM a gente imagina que, apesar de desafios importantes, vai ser uma atividade que vai continuar com bastante dinâmica ao longo do ano. Em seguros, a gente continua vendo evoluções da nossa operação. É uma operação de varejo a nossa operação de seguro, então, à

medida em que você consegue crescer e penetrar cada vez mais o produto, você vai empilhando as carteiras e as safras para os anos subsequentes. A gente espera uma evolução, também, para o ano de 2023 no lucro líquido, especialmente. A operação de seguros deve trazer contribuições importantes em 2023.

Então, olhando o todo, a gente acha que é um desafio possível de ser atingido. Tem risco de execução, sempre tem. A linha de *investment banking* é onde eu vejo talvez o maior risco hoje, mas a gente vai trabalhar duro aqui para perseguir o *guidance* que foi colocado. Havendo qualquer tipo de mudança ao longo dos trimestres, uma mudança de cenário, ou se a gente sentir qualquer dificuldade, a gente vai atualizar o *guidance* se necessário for, mas, a gente acha crível e factível. Vamos correr atrás.

Perfeito. Indo para próxima temos o Daniel Vaz, do Credit Suisse. Oi, Daniel, tudo bem? Bom dia.

Bom dia, Renato, bom dia, Milton. Obrigado pela oportunidade de fazer uma pergunta, parabéns pelo resultado. Eu queria entrar na composição do *guidance* de crescimento de carteira. A gente ainda deveria esperar um varejo crescendo um pouco acima e o atacado crescendo um pouco abaixo? Vocês já estão confortáveis com esse *mix* PF que passou de 48% para 53% de crédito colateralizado? Podem discorrer um pouquinho sobre esse crescimento de carteira e o *breakdown*. E uma segunda pergunta: já houve alguma mudança de *spread* que vocês praticam no segmento de atacado, dado o evento subsequente? Vocês pensam em fazer isso para a cadeia envolvida nisso? Obrigado.

Está ótimo, Daniel, prazer em revê-lo. Obrigado pela pergunta. Sobre o crescimento das carteiras, Daniel, a gente divulgou o consolidado, mas é importante separar três grandes blocos. A carteira de varejo vai crescer menos do que cresceu em 2022 e 2021, claramente, então existe, sim, uma desaceleração do crescimento, embora eu ache que esse equilíbrio entre garantido e não garantido possa até ter um crescimento em não garantido ao longo de 2023 maior do que a gente observou nas carteiras de veículos e crédito imobiliário, que vem de anos com crescimento muito forte. Então, eu acho que a gente vai continuar com patamar de garantidos maior do que 50%, mas pode haver algum ajuste no *mix* ao longo do ano, o que é fator positivo para a margem financeira. Então, possivelmente carteiras com um pouquinho mais de risco, nas populações com um perfil de risco adequado, a gente tem uma carteira bastante afluente, eu diria, e a gente tem conseguido ganhar *share* nos melhores riscos, o que é bom sinal. Por outro lado, com o *mix* talvez um pouco mais favorável para a margem.

Onde eu vejo que vai ter uma desaceleração é na carteira de veículos, natural em função de tudo que a gente tem observado. Na carteira de cartões a gente possivelmente vai crescer no *core*, naquele segmento em que a gente tem bastante segurança, sobretudo nos clientes com relacionamento muito próximo ao banco. E a carteira de crédito imobiliário, em função do nível de taxa de juros, a nossa expectativa é que vai haver uma desaceleração ao longo do ano. Portanto, essa é a visão do varejo. Para micro, pequenas e médias empresas, a gente continua vendo

um crescimento razoável, de dois dígitos baixo. E grandes empresas, também, a gente espera um crescimento próximo de dois dígitos baixo ou 1 dígito alto, mas isso depende muito de dinâmica de mercado, porque se você olhar os nossos números de 2022 você vai ver que nossa capacidade de reciclar carteira tem sido muito relevante. Não é à toa que a gente tem liderado os *rankings* de *debt capital markets* com *market share* substancial, próximo de 30%. Então, a gente vai continuar reciclando carteira, abrindo espaço, liberando capital, para continuar operando com os nossos clientes e gerando *cross-sell* em outras atividades. E eu acho que a carteira que vai impactar negativamente para o ano de 2023, não porque ela não cresça, mas pelo efeito das moedas, dependendo do cenário, é a carteira de América Latina, que pode ser *flat* ao longo do ano, já ajustado para BRL. Esse eu diria que é um *overview* da nossa carteira de crédito para 2023.

Falando sobre o teu caso específico, a revisão do *spread* sempre vai acontecer quando a gente entender que o cenário ou que as perspectivas mudaram, que o cenário de risco mudou, que o risco implícito das companhias piorou, então o *pricing* é algo dinâmico que a gente faz todos os dias. Não houve nenhum *repricing* em função do caso específico. Volto a dizer, é um caso específico, é uma fraude, é algo que a gente não costuma ver. Talvez tenha sido a maior fraude de todos os tempos, então, de novo, é um caso isolado de tudo que a gente observou até agora. A gente não vê nenhum efeito contágio no nosso portfólio, a gente já olhou toda a cadeia. Sempre tem um cuidado ou outro, mas nenhuma materialidade, eu diria. É uma companhia que continua funcionando e que tem desafios olhando para frente. Esperemos que a companhia saia desse processo da melhor forma possível. Enfim, existe gente dedicada para isso. Agora, não houve uma reprecificação do portfólio em função do evento. A gente continua praticando os mesmos preços e, obviamente, sempre tomando os cuidados devidos e olhando o cenário, mas nada advindo do caso específico, superimportante fazer esse ponto.

Ótimo. Obrigado, Milton. Bom, vamos aqui para a quinta pergunta, que vem do Mario Pierry, do Bank of America. Tudo bem, Mario?

Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade de fazer pergunta. Parabéns pelo resultado. Milton, eu queria focar ainda mais no atacado. Entendo que a Americanas é um caso específico, mas todo dia aqui a gente lê o jornal e vê que tem companhias contratando assessoria financeira para reestruturar a dívida. Então, claramente está tendo uma piora no cenário em geral. Eu queria entender de você se tem algum setor específico que te preocupa mais do que outro? Queria também entender, no seu *guidance* de provisões, quanto que deve vir do atacado e quanto que vem do varejo? Porque olhando no ano passado, você teve uma rentabilidade muito alta no atacado. Acho que o seu ROE ficou perto de 30%, então eu queria entender a capacidade do banco de manter essa rentabilidade tão alta nesse setor. Olhando historicamente, eu acho que rentabilidade é menor do que isso. Então, só queria entender um pouco melhor as dinâmicas, como é que você vê especificamente o Atacado em 2023?

Prazer em revê-lo aqui, Mario, obrigado pelos cumprimentos. O segmento do atacado para o banco é um segmento bastante amplo. Na visão MD&A, da forma como a gente divulga, não tem só o negócio do Itaú BBA, das grandes corporações até o *middle*, tem todo o negócio de *asset management* e a operação na América Latina. Então, ali dentro tem uma série de outros negócios, alguns mais resilientes, outros mais dependentes de crédito, outros totalmente fora do Brasil. A operação da América Latina tem tido uma evolução importante, com perspectivas e desafios para 2023, naturalmente.

Evidente que, em um cenário no qual temos a perspectiva de PIB relativamente baixo, por volta de 1% de crescimento, muito abaixo do nosso potencial de crescimento, com viés de alta, mas não vai ser substancialmente melhor. Esse é o primeiro ponto. O segundo ponto é a taxa de juros. Juros de 13,75% mais o *spread* coloca uma pressão importante em qualquer companhia, seja uma empresa pequena ou uma grande corporação. Ainda que ela seja capaz de acessar o mercado de capitais, a taxa de base é muito alta. Isso gera uma pressão nas despesas financeiras e faz com que as empresas tenham que cuidar bastante do nível de alavancagem. A atividade no mês de janeiro veio até melhor do que a gente imaginava, mas novembro e dezembro foram dois meses mais fracos, então a gente acha que pode ter uma certa compensação. Agora, com juros a 13,75%, tem uma desaceleração natural da economia, embora eu ache que, globalmente, o cenário é melhor agora do que era provavelmente há 1 ou 2 meses atrás. A gente vê o global caindo do ponto de vista de crescimento, mas caindo menos do que a gente imaginava, o que também compõe o quadro. Então, na nossa visão, sim, é um cenário mais desafiador para empresas como um todo, sobretudo vindo de patamares históricos muito baixos, com custo de crédito muito próximo a zero em alguns casos. Houve reversões que aconteceram ao longo do tempo, empresas performaram melhor em vários casos do que a gente imaginava... Então, a gente vai ver um efeito de normalização também acontecendo no atacado.

Você mencionou alguns casos, mas não são casos novos. Casos que estavam no radar, tirando o caso específico que, de novo, é uma fraude, não é algo que os teus modelos tradicionais não capturam, os casos que a gente tem ouvido falar não são casos novos. São casos que já estavam no radar, que já estavam sendo monitorados e acompanhados. Tem uma *recuperação judicial* acontecendo. De novo, não tem nenhuma novidade. Já era uma RJ, saiu e depois voltou por uma questão jurídica de proteção da companhia e estratégia. E o caso está absolutamente, devidamente, provisionado. A gente não antevê nenhuma preocupação específica, evidente que temos que acompanhar de perto. Tudo isso para te responder que eu acho que é um cenário mais desafiador, que haverá uma normalização, que o nível de juros atual pressiona a inadimplência no segmento de PJ, e a gente tem que acompanhar com lupa e de perto. Não tem nenhum setor específico que preocupa, o que preocupa são empresas com o nível de alavancagem mais alto e que eventualmente não têm uma estrutura de capital adequada. Agora, lembrando que tem várias formas de você atacar isso. Tem o mercado de capitais, que sempre tem oportunidade e janela para capitalizar as companhias, os próprios acionistas de injetarem capital no momento de maior dificuldade, então tem várias situações de contorno. Fato é que a gente

espera um cenário pior para 2023 do que a gente observou em 2022. Isso está contido no nosso *guidance* de custo do crédito. A gente não abre a composição, mas substancialmente o efeito é varejo, do ponto de vista de relevância e materialidade das provisões, mas, relativamente, percentualmente, o maior crescimento é no atacado, então tem que olhar pelos dois lados. O maior crescimento percentual do custo de crédito ano contra ano, tirando o efeito do caso específico, vem no atacado. Do ponto de vista nominal, os grandes volumes vêm das carteiras de varejo, e por razões óbvias: o nível de margem é muito maior e o nível de risco é diferente.

Perfeito, Milton, obrigado. A próxima pergunta vem do Renato Meloni, que recentemente assumiu a cobertura do banco pela Autonomous. Tudo bem, Renato? Obrigado e bem-vindo ao *call*.

Obrigado, pessoal, obrigado pela oportunidade e parabéns pelos resultados. Eu queria um pouco mais de detalhe na parte de crescimento. Quando a gente olha os dados do BACEN em dezembro, teve uma desaceleração importante em pessoa física. Natural, dadas as medidas que vocês e outros bancos tomaram, mas uma redução maior do que a sazonalidade geralmente implica. Então, eu queria ver se no começo do ano vocês estão vendo uma continuidade nessa desaceleração e o que isso pode implicar de risco para o *guidance* desse ano.

Está ótimo, Renato, um prazer. Obrigado por participar do nosso *call*, bem-vindo. Olha, Renato, a gente já vem desacelerando a carteira já há alguns trimestres consecutivos, sobretudo nos últimos trimestres. A gente começou a fazer ajustes nos portfólios já no terceiro trimestre de 2021, então a gente já está rodando há praticamente 13 ou 14 meses fazendo ajustes consecutivos. Então, a gente faz os ajustes, vê como a safra está se comportando, faz ajustes adicionais. A gestão de risco é algo muito ativo e que a gente faz o tempo todo. Então, essa desaceleração tem acontecido por várias razões. Em alguns portfólios, como por exemplo o imobiliário, tem muito a ver com a conjuntura, o alto nível de taxa de juros implica em uma demanda muito menor, então a gente tem produzido menos. Em veículos e cartões, nós tomamos a decisão proativa de reduzir a nossa exposição. Na pessoa física, nós fizemos uma redução importante da participação da baixa renda nos nossos portfólios. A gente reduziu nesse período 10 pontos percentuais a participação da baixa renda no *mix* da nossa carteira. Isso explica cerca de 170 pontos a menos no NPL. Quer dizer, se a gente tivesse mantido aquele *mix*, a gente provavelmente hoje estava rodando com 170 pontos no NPL acima do que a gente está divulgando. Então, é gestão ativa o que a gente vem procurando fazer todos os meses. De fato, no quarto trimestre, já houve uma desaceleração, e tem a sua sazonalidade em algumas linhas. Em cartões, a carteira não financiada tende a crescer e a carteira financiada até cai na ponta. No crédito pessoal, o crediário também tem uma queda na ponta, embora o saldo médio ainda venha em um patamar ligeiramente positivo, mais especificamente o cheque especial e tem muito a ver com o 13º salário, ou seja, os clientes acabam amortizando as linhas mais caras com os recursos em mãos, colocando em dia as suas obrigações. Então, como o varejo

é um empilhamento, e essas decisões vêm sendo tomadas ao longo de vários trimestres, quando a gente começa a projetar a estatística desses empilhamentos, a gente vê esse arrefecimento. Eu acho que o sistema todo tem feito isso, em maior ou menor grau, e a gente tem feito isso de forma mais acentuada em alguns portfólios onde a gente vê uma preocupação maior com o risco mais acentuado, sobretudo naqueles que são mais dependentes de rendas mais baixas, principalmente mar aberto de cartões e o próprio segmento de veículos. A gente tem sido bastante prudente, e o cenário inspira cautela. Cautela é uma palavra que eu tenho usado bastante nos últimos *calls*, e a gente continua olhando com cautela o cenário. Muitas incertezas, então o que cabe a nós é reduzir realmente o ritmo de crescimento, gerir o portfólio da melhor forma possível e acompanhar a evolução dessas carteiras ao longo do tempo, e, se tiver que fazer algum ajuste, faz parte da atividade, e a gente vai fazendo isso no dia a dia.

Perfeito, obrigado. A próxima vem do Eduardo Rosman, do BTG Pactual. Oi, Rosman, tudo bem? Bem-vindo.

Olá, Renato, bom dia, Milton. Eu acompanho o Itaú há quase 15 anos e não me lembro de ver um descolamento de performance operacional do banco versus os seus principais competidores como a gente está vendo hoje. Muitos dos *peers* argumentam que esse *gap* de performance é cíclico, e argumentam que é perfil de clientes. A gente tende a acreditar que é mais estrutural. Milton, desde o seu primeiro dia como CEO, você tem batido nessa tecla de transformação digital. Já dá para dizer que um pedaço importante dessa *outperformance* se refere a isso? Eu queria entender se essa *outperformance* do Itaú veio para ficar e deveria ser estruturalmente mais alta no futuro do que foi nos últimos 10 ou 15 anos. Obrigado.

Obrigado, Rosman, obrigado pelas palavras, prazer em revê-lo. Bom, eu vou começar com aquele meu *disclaimer* de sempre que eu vou te falar do Itaú, sobretudo dos nossos números, dos nossos indicadores, do que eu acredito que tem sido importante nessa jornada. Não vou entrar muito no mérito de performances relativas, vocês têm os números, as divulgações estão acontecendo, vocês saberão avaliar melhor do que eu, inclusive.

Eu tenho um enorme respeito pelos nossos concorrentes, independente de momentos, trimestres específicos ou resultados diferentes. Eu acho que isso aqui é uma maratona, é um jogo infinito, como a gente gosta de dizer. Não é um jogo que termina no próximo trimestre. E a gente está aqui para o jogo infinito, então é assim que a gente encara os desafios.

Falando sobre a nossa performance, não tenho dúvida de que a transformação digital tem tido um papel super relevante na evolução do banco. Basta ver a velocidade com que a gente tem implementado as mudanças, a velocidade com que a gente tem levado novas *features* para os nossos clientes, a velocidade com que a gente tem alterado os nossos sistemas, a simplificação e interoperabilidade dos diversos sistemas, o custo de servir e a qualidade com que a gente tem entregue novos produtos e novas soluções. Tudo isso somado se traduz muito fortemente no

NPS que a gente está observando, não é só a transformação digital, eu acho que a transformação cultural, essa obsessão pelo cliente tem tido um papel superimportante, os incentivos do banco todo estão bastante associados à satisfação do cliente... Eu acho que tem um conjunto de fatores que tem feito o banco trabalhar com o nível de satisfação muito alto, e o que eu digo é que rentabilidade e NPS andam juntos. É evidente que você pode ter uma solução de um modelo de negócio não sustentável com alto NPS, que não vai te gerar retorno. O banco trabalha com modelos de negócios sustentáveis, maximizando o valor para os seus clientes. Sem sombra de dúvidas, tem que ser um ganha ganha, e é por isso que a gente tem visto uma evolução super importante. Então, eu não tenho a menor dúvida de que a transformação digital tem tido um papel fundamental na evolução do nosso banco, na evolução das relações com os clientes, na forma de trabalhar, o método de trabalho... porque, você montar comunidades no banco, se você não tem as plataformas digitalizadas e modernizados, descomponentizadas, você não tem velocidade. Então, no fundo você tem um grupo de pessoas se chamando de um grupo ágil, mas que não tem o ferramental para de fato atuar de forma ágil. Então, eu acho que esse é um ponto central. E o NPS reflete muito isso, a gente está com quase 20.000 pessoas rodando nas comunidades. Eu falava agora há pouco, mais de 2000 *squads*. Isso mostra um pouco tamanho e a relevância do método ágil dentro da organização. Eu acho que a gente tem tido resultados e uma rentabilidade bastante saudável e positiva pelo fato de a gente ser um banco universal. Eu insisto sempre nesse ponto: banco universal não é só estar nos diversos segmentos, não é só atuar em várias áreas de negócios. É você conseguir liderar várias áreas de negócios onde você se propõe a atuar. E o banco tem conseguido, com muito esforço, dedicação e com muitos investimentos ao longo dos últimos anos se posicionar de forma relevante nos diversos negócios. Eu falava agora há pouco do atacado: se a gente olhar o nosso negócio de atacado, a *asset* tem um papel super relevante nos resultados. O Itaú BBA tem um papel super relevante nos resultados, e ali não é só negócio comercial, negócio de banco de investimento, negócio de produtos, o *cross-sell*. Se você olhar as nossas posições relativas em vários dos negócios em que a gente atua, a gente tem conseguido liderar vários desses rankings. A operação de LATAM está tendo um retorno muito bom, teve um retorno muito bom em 2022, com crescimentos importantes. Então, na hora que você vai somando tudo isso, tudo conta para nossa performance. E o varejo, , onde a gente tem uma relação mais profunda com os clientes, tem tido uma performance destacada. A capacidade de estar próximo dos clientes, gerar principalidade, aumentar o nível de engajamento dos clientes com o banco. Cada ponto percentual no índice de engajamento é R\$ 1 bilhão de receita, só para você ter ideia de como a gente acompanha esse indicador. E tem portfólios que têm desafios maiores e momentos cíclicos, como os que a gente observou em cartões e em veículos, para citar dois exemplos. Mas acho que ter um portfólio saudável, com uma gestão de risco adequada em que a gente consegue antecipar os ciclos e ter um portfólio que se contrabalança em situações de maiores dificuldades, faz com que o banco tenha entrega de um nível de rentabilidade bastante alto. Então, a gente pode ter a maior operação de cartões do Brasil, do ponto de vista de tamanho

de carteira e *marketshare*, passando naturalmente por um momento mais desafiador, mas tem uma série de outros negócios que estão maximizando receita onde eles estão inseridos e com uma posição de liderança destacada em vários deles. E é esse portfólio saudável que tem ajudado a gente a defender o nível de rentabilidade como o que a gente tem observado. Agora, os desafios persistem, a gente quer de fato continuar melhorando o nível de rentabilidade do varejo, os números estão aí. Para o atacado, pode sim haver uma queda, e até foi uma das perguntas e eu acabei não fazendo o ponto, no nível de rentabilidade, em função do maior aumento de custo de crédito... E é exatamente essa nossa capacidade de gerir diversos negócios que faz com que a gente tenha implícito no *guidance* para esse ano ROE ainda em patamar bastante elevado. Apesar do grau de desafio importante, concorrência por todos os lados, transformação acontecendo a todo vapor aqui no banco. Então, não antevejo nenhuma questão, hoje, que me faça mudar a perspectiva de rentabilidade, mas, de novo, é dinâmico, e isso pode mudar ao logo do tempo, dependendo sobretudo do cenário macro. O CEP (Brasil) tem um papel muito importante aqui nos nossos resultados e existe uma correlação direta. Então, vai depender muito do cenário também para a gente conseguir continuar defendendo esse nível de rentabilidade. E, por último, não menos importante, a gente quando olha a nossa área de Global Markets, não só do ponto de vista de clientes, que é onde tem tido uma evolução muito relevante, a gente tem usado cada vez mais o risco de mercado para servir bem os nossos clientes e não olhar isoladamente como uma atividade de retornos em cima dos riscos associados. Ainda assim, a gente tem conseguido ter uma ótima gestão de risco na tesouraria, em um cenário super desafiador. Eu acho que no relativo fica muito evidente, e a gente tem trabalhado para defender inclusive nesta linha resultados e retornos adequados, com custo de *hedge* muito importante. Foram R\$ 2 bilhões na margem com o mercado no ano de 2022. Não fosse a política, a gente teria R\$ 2 bi a mais de receita no banco.

Para a próxima temos conosco o Tito Labarta, do Goldman Sachs. Bem-vindo, bom vê-lo novamente.

Bom dia Milton e Renato, parabéns pelo *call* e obrigado pela oportunidade. Minha pergunta é como o cenário macro vai impactar o banco. A retórica que estamos ouvindo do governo parece ser cada vez mais negativa, questionando a independência do Banco Central, juros altos, programas de renegociação usando os bancos do setor público para apoiar o crescimento. Não sei se você já conversou com eles, mas como você acha que esse ambiente pode impactar o banco e a maneira como vocês administram o banco? Especialmente se alguns dos bancos do setor público começarem a emprestar abaixo das taxas de mercado. O que vocês acham sobre o atual ambiente macro e político e como isso pode impactar o banco?

Oi Tito, bom ver você de novo, obrigado por se conectar hoje. Sim, temos conversado com o governo, com Fernando Haddad e sua equipe. Não só com ele,

mas semana passada, na Febraban, estivemos com Simone, Esther Fernando Haddad e Aloizio Mercadante, presidente do BNDES, que contaram um pouco mais sobre os seus planos.. Todas as discussões que tivemos até agora foram muito positivas, a direção e os conceitos são muito claros. Eles têm sido muito abertos para nos ouvir e entender nossas opiniões sobre o cenário.

Em uma democracia que, no último ano, esteve muito polarizada, é natural ter algum ruído como vimos agora. O ponto é que temos que esperar, não temos todas as informações. O que temos é o primeiro esforço vindo do Ministro Haddad para reduzir o déficit, que é uma mensagem positiva para o mercado, para o qual o déficit é muito importante. O governo vai buscar a redução do déficit para 2023. Tivemos uma grande discussão sobre as metas, e a meta de inflação. Acho que o ruído é desnecessário. A minha opinião é que eles têm que definir, o quanto antes, a nova meta de inflação e trabalhar nisso, porque, do contrário, haverá um impacto na inflação prospectiva. As expectativas estão aumentando apenas por causa do ruído. E isso tem impacto na curva de juros. A informação mais relevante, no meu ponto de vista, e de todo o mercado, é o novo arcabouço fiscal que deve ser melhor ilustrado até o fim de abril.

É o que o Ministro Haddad tem dito para o mercado. Então eu diria que sim, há ruído. Sim, temos ouvido as discussões, mas temos que entender que estamos em uma democracia, e faz parte do processo escutar um pouco de ruído. O mais relevante é que quando recebermos as novas decisões e novos esforços vindos da equipe financeira do governo, então teremos mais informações para poder fazer previsões prospectivas. No entanto, há muita incerteza e sim, isso muda a forma como gerimos o banco. Estamos sendo mais conservadores, sim. Temos uma abordagem cuidadosa, sim. Não temos todas as informações e por isso é difícil prever. Quanto maior o ruído, menos confiantes nós acreditamos que devemos ser ao administrar os nossos negócios. Temos um *guidance* em que consideramos um cenário macroeconômico. O PIB pode ter upside e apresentar crescimento em torno de +1,3% para 2023 (consideramos +0,9% no *guidance*), o que pode trazer um impacto positivo. Mas, de novo, temos muitos desafios e muito ruído e isso compõe preço, não só no mercado financeiro, mas no sistema e em nossas decisões. Logo, a gente espera que esse ruído comece a diminuir em algum momento, principalmente a medida que forem tomadas as decisões mais relevantes, o que em contrapartida, deve reduzir o ruído da curva de juros. Então essa é a nossa melhor expectativa, e temos que esperar para ver quais serão as mensagens e decisões que chegarão nos próximos meses. Mas, sim, estamos mais conservadores e mais cautelosos no cenário atual.

A próxima pergunta que vem do Santander, o Arnon Shirazi já está com a gente aqui na tela. Arnon, tudo bem? Bem-vindo aqui no *call*.

Fala, pessoal, bom dia, tudo bem e com vocês? Primeiramente, queria parabenizar pelo resultado muito bom de 2022. Mudando um pouco de assunto do caso específico, queria saber mais da parte de investimentos do banco em 2023, e se

possível passar algum tipo de expectativa. Obrigado e parabéns pelos resultados mais uma vez.

Obrigado, Arnon, pelas palavras, obrigado por participar da nossa conferência. A gente está bastante satisfeito com a evolução do nosso negócio em investimentos como um todo. Então, eu acho que o banco fez a lição de casa, tomou as decisões que precisavam ser tomadas, fizemos os investimentos que eram necessários e tem um prazo de maturação. Esse prazo costuma durar de três a seis meses, dependendo do investimento e dependendo da geografia onde você atua. A gente já tem no nosso modelo B2C mais de 2000 consultores de investimentos e um volume relevante de clientes encarteirados sendo atendidos pelos consultores, com ferramental e plataforma nova. A gente tem uma plataforma de produtos muito diferenciada, porque além da plataforma aberta, com centenas de fundos e produtos de terceiros, a gente também tem uma solução de produtos proprietários muito relevante, o que faz com que a gente tenha uma capacidade de passar por ciclos de forma bastante relevante. Então, você no momento de aversão ao risco, com juros mais altos e uma busca maior por renda fixa, o banco cresce na sua plataforma de produtos próprios e, quando você vê uma mudança, e um maior apetite por parte dos clientes, esse fenômeno inverte e a gente tem conseguido equilibrar muito bem essa oferta para os nossos clientes. Super importante, eu tenho falado isso há muitos *calls*, mas eu vou falar mais uma vez, o nosso modelo hoje na ponta de incentivo para os nossos assessores de investimento é absolutamente isento. O importante é a rentabilidade da carteira no tempo e não importa o produto que está sendo ofertado, não importa se ele tem maior ou menor rentabilidade para o banco, mas sim, ele tem que ser o produto que melhor atende às necessidades do nosso cliente. Esse modelo já está implementado há bastante tempo e a gente vem colhendo resultados importantes. Eu acho que de relevante para dividir com você, há uma redução muito grande de perda de volumes para a nova concorrência no período por dois fenômenos. Primeiro pela carteira muito melhor estruturada, com assessores dedicados, com um nível de NPS, atendimento muito bom. Segundo, pela taxa de juros que também ajuda. Esses dois fenômenos ajudam e a gente vem conseguindo ganhar *marketshare* em investimentos como um todo. A nossa relação de investimentos de pessoa física sobre carteira de pessoa física talvez seja uma das melhores relações hoje no mercado. A gente tem conseguido avançar muito bem nessa jornada. Estamos satisfeitos? Não. Chegamos lá? Também não. Então, acho que ainda tem desafios importantes. Eu falava agora há pouco da evolução de alguns produtos na corretora, que já teve avanços importantes em 2022. Para 2023, o *roadmap* é ultra relevante, tem uma série de produtos no *pipeline*, tem uma série de *gaps* que precisam ser resolvidos e a gente está trabalhando forte para isso. Então, fazendo um balanço, acho que a gente encontrou um modelo e conseguimos avançar de forma relevante, estabilizamos o modelo e, portanto, a gente já vem colhendo frutos. Temos um *pipeline* de produtos, de soluções e de oferta digital para avançar, então tem muito investimento e muito para ser feito ainda. Então, não estamos ainda satisfeitos com aonde chegamos, mas bastante satisfeitos com a evolução até aqui.

Perfeito. A próxima, então, vem do Rafael Frade, analista aqui do Citi. Tudo bem, Rafael?

Caros, bom dia, tudo bem. Obrigado pelo tempo e parabéns pelos resultados. Eu queria discutir um pouquinho sobre a margem financeira, a NIM. A gente viu uma instabilidade na NIM, iniciou uma discussão de como seria essa evolução. Vocês comentam sobre a questão do *mix* de varejo, que deve jogar *spreads* talvez um pouco para baixo ao longo de 2023, só que a gente está vendo no atacado, no maior nível da série histórica. Queria entender o atacado: é o *mix* de produtos? Você comentou que não tem uma mudança relevante de *spread*, é questão de *funding*? O que explica essa margem no atacado crescente ainda?

Obrigado, Rafael, prazer em revê-lo, obrigado pelos cumprimentos iniciais. A gente vê uma expansão da NIM, para 2023, muito, muito sutil. Então, a gente continua acreditando que pode haver alguma expansão, mas vai ser na margem. A gente já vem rodando com um nível de rentabilidade bastante adequado no consolidado. Mas a gente pode esperar ainda um leve aumento na linha ao longo do tempo. O próprio *guidance* tem explícito um crescimento da margem por uma série de efeitos. O quarto trimestre é atípico, com o 13º salário, a carteira de cartão de crédito não financiada cresceu de forma substancial e a carteira de cheque especial teve uma redução de saldo, isso acaba afetando o *mix* da NIM. Por outro lado, a gente tem conseguido mais volumes, tem alguns produtos com *caps* regulatórios que, à medida que você tem um aumento estrutural do custo de *funding* você tem limitações, e o cheque especial é um deles. Crédito imobiliário tem uma dinâmica entre o *pricing* do ativo e do passivo, a poupança ou letras de tesouraria contra a carteira de crédito. O consignado também tem *caps*, e a própria competição. Então, a gente vê alguma pressão no *spread* em alguns produtos, sobretudo aqueles que têm algum *cap* regulatório. Agora, por outro lado, como a gente é um banco universal, a gente tem uma penetração de relacionamento com os clientes bastante relevante, e o *cross-sell* também afeta a margem. Seja em vários produtos de transacionalidade, produtos de tesouraria ou em produtos de *cash management* e depósitos, dada a franquia que a gente tem o volume da captação que o banco faz ao longo do tempo, isso tem gerado retornos muito importantes. Então, com o nível de taxa de juros mais alto, a gente também se beneficia no curto prazo, sobretudo, com maiores resultados, não só na nossa estrutura de depósitos, mas também no nosso capital de giro. O impacto não é imediato, a gente sempre explica que a gente faz o *hedge*, seja dos depósitos, seja do capital, em vários vértices da curva para frente, mas a gente ainda vê em 2023, dado o nível de taxa de juros, um potencial efeito positivo vindo, seja dos depósitos, seja do nosso capital de giro. E, no atacado, o fato de a gente ser um banco universal e conseguir capturar vários produtos de tesouraria, ter uma penetração de *cash management* bastante relevante, ter uma concentração muito grande de saldos e depósitos, também ajuda de forma importante. Agora, vamos lembrar que a visão do atacado não é só o Itaú BBA, temos a *asset* também com *performance fee* e o crescimento de

resultado, temos as operações na América Latina, que também têm tido uma rentabilidade melhor ao longo de 2022, teve crescimento substancial em todos os países, eu diria, e com o nível de rentabilidade muito melhor do que a gente vinha operando há alguns anos. Enfim, desafios são grandes, mas a taxa de juros, sobretudo no curto prazo, também traz alguns impactos positivos. Eu gosto de falar que, estruturalmente, a gente prefere operar com um patamar de juros mais baixo, obviamente, para que o banco seja capaz de expandir seus negócios, aumentar o apetite de risco, para que as companhias tenham de fato uma qualidade de crédito e uma capacidade de crescimento muito mais saudável do que em um cenário de risco de juros muito mais altos por um período prolongado. Então, o dia que os juros voltarem para um patamar mais baixo estruturalmente, a gente perde algumas receitas de curto prazo, mas, por outro lado, a gente recupera a capacidade de crescer e crescer com muito mais força e parte da conta vem no próprio custo do crédito.

Para a próxima pergunta temos conosco o Carlos Gomez, do HSBC. Olá, Carlos, bem-vindo.

Oi, bom dia e obrigado por aceitar a minha pergunta. Eu gostaria de voltar a falar do capital. Primeiro, vocês poderiam quantificar o impacto do aumento do risco operacional nos ativos? Vocês mencionaram, anteriormente, que pode ser implementado em janeiro de 2024 ou pode ser mais tarde. Segundo, como está o seu apetite pelo risco? Ele mudou? Vocês mencionam muita cautela, incerteza. Querem operar com diferentes níveis de capital? Qual o nível de capital atual e o que você aspira para o seu CET1?

E, por fim, como isso pode afetar o seu investimento na XP? Desejam manter ou podem vender no futuro para reduzir o risco? Obrigado.

Olá, Carlos, bom te ver. Obrigado por se conectar hoje.

Como mencionei no início, ainda acreditamos ter espaço para aumentar nossa base de capital. A gente decidiu administrar o banco com um CET1 de 11,5%, que é um pouco abaixo dos 12% que tínhamos no passado. Por quê? Primeiramente porque, no passado, o impacto negativo mais relevante no capital era em função da taxa de câmbio por dois motivos: primeiro pela estratégia do overhedge que geraria excesso de crédito tributário, impactando o capital. Segundo, devido às operações que temos não só na LATAM, mas em carteiras vinculadas ao dólar e outras moedas. Isso traz muita volatilidade no nosso índice de capital. Quando tiramos o overhedge, devido a mudanças no ambiente regulatório, e implementamos o hedge do índice de capital, conseguimos remover toda essa volatilidade.

É por esse motivo que reduzimos nosso apetite, não é necessário administrar o banco com 12% de CET1. Essa é a principal explicação para a decisão. Mas, além disso, estamos interessados em manter nossos ratings de crédito.

Não vamos muito abaixo disso, mesmo sendo possível, porque queremos manter nosso padrão de excelência nos ratings. Fazemos - benchmarking local e

internacional para entender o que seria razoável mantermos em termos de capital. É por isso que acreditamos que o impacto mais relevante na volatilidade está neutralizado. Ainda, o buffer é mais relevante hoje do que era no passado, mesmo com a redução de 50 pontos base.

No contexto do risco operacional, ainda é muito cedo para dizer, não divulgamos um valor específico, mas a minha opinião é que podemos ter algo em torno de 100 bps, dependendo do que for implementado. Isso é algo que parece ser razoável. Consequentemente, como vemos um aumento do nosso capital para 2023, mais rentabilidade, os ativos de risco crescendo bem menos do que em 2022, e outros impactos menores, ainda acreditamos na geração de capital para o fim de 2023.

Agora, tudo depende se o risco operacional será implementado, ou não, em 2024. Não obstante, estamos provisionando e planejando a base de capital do banco levando isso em consideração.

Esses números são uma visão geral, mas ainda estaremos em uma posição muito boa em termos de base de capital.

Muito obrigado, Milton. A próxima pergunta vem do Gilberto Garcia, do Barclays. Olá Gilberto, que bom te ver.

Olá, Milton, olá, Renato, bom dia, é um prazer falar com você.

Tenho uma pergunta rápida sobre as provisões complementares. Vimos que aumentaram, trimestre a trimestre, mas, em uma magnitude muito menor do que a exposição ao evento subsequente. Então, é justo pensar que, se isso não tivesse ocorrido, vocês poderiam ter liberado aproximadamente R\$ 1,2 bilhão dessas provisões complementares?

E outra pergunta rápida sobre o seu *guidance* de despesas, que teve a dispersão ampla. Seria correto entender que, se as condições ficarem mais desafiadoras ao longo do ano, vocês postergariam ou segurariam alguns investimentos?

Obrigado.

OK, obrigado por se conectar, Gilberto. Obrigado pela sua pergunta. Sobre as provisões, sendo bem preciso, sim. Se não houvesse ocorrido esse evento específico, poderíamos estar em condições de consumir parte dessas provisões complementares que você mencionou. Mas, olhando o portfólio, olhando nome a nome, entendemos que o melhor a ser feito era provisionar 100% desse caso específico, da forma foi feito.

E, falando de 2023, acreditamos que sim, devemos ficar de olho no custo do crédito, temos que ficar de olho na faixa do nosso *guidance*. E entender como devemos monitor a PDD complementar.

Nós discutimos investimentos todos os dias, e decidimos se devemos expandir, ou não, algum negócio ou alguma linha de crédito ou linha de negócios ou novo modelo de negócio. Então, olhando as nossas despesas e o custo do banco para 2023, acreditamos que temos espaço para melhorar nosso índice de eficiência e continuaremos a fazê-lo. Por outro lado, queremos continuar investindo no futuro

do banco. Então, não gostamos de trabalhar o próximo trimestre tomando decisões que evitam investimentos em coisas em que realmente acreditamos. Mas, o custo do *equity* hoje é outro, o cenário mudou. Sempre somos cautelosos na tomada de decisão do investimento no contexto do cenário, devido ao custo de capital. Levamos isso em consideração. Mas, outra coisa relevante, e que eu gostaria de destacar aqui, são os custos do banco. Almejamos que os custos de rodar o banco não fique acima de 2% ano contra ano. Com a inflação do setor bancário, que é maior que o IPCA. Trata-se de ajuste muito relevante para assim abrir espaço para mais investimentos no banco.

Obrigado Milton, agora vamos para a última pergunta dos nossos analistas: Juan Recalde, do Scotiabank. Olá, Juan, obrigado estar conosco e obrigado por fazer uma pergunta.

Olá, bom dia, Milton, Renato, obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. A minha pergunta é sobre o negócio de adquirência. Em 2022, as comissões em adquirência cresceram acima do valor transacionado. Qual é a expectativa para 2023? Podemos esperar crescimento da receita acima do valor transacionado em 2023? Obrigado.

Juan, obrigado pela pergunta. O negócio de adquirência cada vez mais se torna um produto dentro da organização. A gente fechou capital da Redecard, como vocês bem sabem, em 2012. Eu passei por lá alguns anos e, de lá para cá, a gente vem todo ano investindo cada vez mais para integrar a adquirência ao banco. Eu acho que a gente está em um momento especial para conseguir fazer isso com muito mais velocidade. Então, a gente precisa olhar para o negócio de adquirência com um grão de sal. Eu queria fazer alguns comentários bem breves aqui. Primeiro, sim, a gente tem conseguido crescer receita mais do que TPV por várias razões: a primeira delas é a capacidade de reprecificar, separando aqueles clientes que precisam ser reprecificados daqueles clientes que tem uma relação que vai muito além do adquirente com o banco, então visão cliente e não visão produto. A penetração de produtos financeiros foi muito importante ao longo do ano, e isso certamente traz resultados relevantes, por isso tem um crescimento substancial. A gente tem operado cada vez mais nos *mix* adequados, então a gente tem procurado servir sempre os nossos clientes, mas buscando crescer estrategicamente nos *mix* mais rentáveis, e é a evolução que a gente tem conseguido. Esse trabalho conjunto da Rede com o banco tem trazido resultados muito relevantes. Cada vez mais, é um negócio em que o banco soma a força do adquirente com a distribuição para conseguir crescer nos segmentos mais rentáveis. Se você olhar isoladamente o P&L da Redecard no ano não é uma boa leitura... Lembrando que, no nosso modelo de negócio, todo o capital do negócio a gente isola e deixa na corporação. Quando a gente olha o resultado de várias outras empresas no mercado, todo o capital de giro dessas companhias se beneficiou de uma taxa de juros mais alta ou o custo de *funding* para fazer, dado que custa zero porque é capital para fazer as operações de antecipação, uma taxa efetiva mais baixa. A gente precifica na margem, então a

gente olha o custo de oportunidade do *funding* para fazer o *pricing* das antecipações na outra ponta. Então, é um modelo que, do ponto de vista gerencial, é mais limpo desses efeitos e a gente isola o capital de giro na corporação. Então, eu vejo que tem tido uma evolução operacional muito importante. NPS avançando de forma relevante, todo o avanço na relação com os clientes e a proximidade com o banco. Então, eu estou otimista para 2023 e acho que tem um duplo efeito aqui: não só os indicadores operacionais e de performance devem melhorar, como também o resultado isolado do negócio deve ser maior, porque a gente fez o *hedge* também do passivo. Eu acho que muitas empresas não trabalhavam com esse descasamento e fazendo os *hedges* adequados, e a gente implementou uma política de *hedge* que tem funcionado muito bem, e isso vem trazendo estabilidade para o resultado. Então, espero ver um crescimento também no resultado para 2023 no negócio de adquirência. Não é, obviamente, o nível de resultado que a gente já operou no passado, eu acho que estruturalmente a indústria mudou muito de lá para cá, as margens são muito mais baixas. Quando a gente olha a nossa base de clientes ativos, teve uma redução importante no período e a razão para isso eu vou chamar de "sujeira na base". Isso porque tinha alguns segmentos onde a gente no passado acabou investindo, e em que a gente tomou a decisão de sair. Basicamente, a Credicard Pop, que era um segmento específico de pessoa física e tudo mais, que naquele momento eu acho que a operação não estava estruturada da forma como deveria, você traz muita base de clientes em quantidade, mas não traz resultado em rentabilidade, o VPL dessas safras era negativo. Então, a limpeza de base aconteceu ao longo dos últimos dois anos e é muito importante mostrar que onde a gente está focando a gente está crescendo a base e, onde de fato a gente resolveu sair porque não eram segmentos rentáveis, acaba trazendo muita quantidade de clientes e pouca rentabilidade ou nenhuma rentabilidade para ser preciso. Então, em função disso, vocês vão ver uma base caindo no período, mas é saudável, a direção é boa. Então, a gente está bastante satisfeito com a evolução e temos aí um bom 2023 para capturar no negócio de adquirência.

Obrigado, Milton. Bom, acabaram as perguntas aqui dos analistas, mas a gente recebeu um monte de pergunta via WhatsApp. Eu sei que estamos com tempo curto aqui, mas eu gostaria de pegar pelo menos uma para a gente terminar o nosso bate-papo de hoje. As perguntas que vieram foram de temas diversos, mas a gente já cobriu a maioria, como custos, NPL e carteira, mas teve uma aqui que eu escolhi para a gente terminar a nossa conversa de hoje, que é sobre o que a gente chama de *beyond banking*. A pergunta foi do Ítalo Dias. Ele pergunta: vemos o banco evoluindo portfólio nos últimos anos com produtos além do mercado financeiro. Pensando em ampliação desse portfólio, quais outros tipos de negócios o banco enxerga como potenciais para os próximos anos?

Obrigado, Ítalo, pela pergunta. De fato, o *beyond banking* é parte da nossa estratégia. Eu acho que o que a gente tem é que se valer de uma audiência incrível, frequência de contato com os nossos diversos clientes e entender onde estão novas

oportunidades. Eu acho que o mais relevante de todos é o Itaú Shop. A gente está feliz com os avanços até agora, o GMV tem crescido de forma substancial, todos os nossos programas do “Pra Sempre”, seja o *iPhone pra sempre* ou o *Samsung pra sempre*, tanto Apple como Samsung são parcerias incríveis que têm trazido resultados muito fortes para o banco, em que a gente tem conseguido levar ofertas exclusivas para os nossos clientes. E assim a gente tem conseguido desbravar novos mares e avançar em outras verticais de receitas, que não são as tradicionais do sistema financeiro ou do sistema bancário. Isso tem trazido não só uma capacidade de *cross-sell*, mas mais conversas com os nossos clientes, mais audiência... a transformação digital tem um papel muito importante para que a gente incremente cada vez mais a audiência nos nossos *apps*, no *Super App* acima de tudo. Então, as evoluções têm vindo de forma muito saudável. A gente também tem trabalhado no atacado em *cash management* tentando avançar e abrir outras frentes que também são *beyond banking*. Eu acho que tem uma série de iniciativas, e é nosso papel estar o tempo inteiro aberto e olhando para fora, vendo onde tem oportunidades, onde tem negócios correlatos, novos ecossistemas... A gente tem trabalhado com oferta de ERP também, que é *beyond banking*, na própria operação que a gente fez com a TOTVS, que já foi aprovada pelo CADE e falta uma última aprovação no Banco Central, , também é uma forma de distribuir os nossos negócios em outros canais. A própria Avenue, também sujeito à aprovação do Banco Central, também é uma forma de chegar em novos mercados em que a gente não vinha atuando, sobretudo para aquele cliente que tem recursos e quer ter uma oferta de produtos internacional e que hoje as nossas ofertas estão muito mais restritas a clientes de *Personnalité* e *private banking*, então a gente precisa varejar e democratizar o acesso aos investimentos internacionais. Enfim, a gente tem preenchido os nossos diversos ecossistemas com ofertas e produtos novos, e a gente tem procurado ir *beyond banking* quando a gente entende que tem uma correlação, uma sinergia. E para o cliente isso gera valor, ele não precisa sair do meu aplicativo, ele tem uma oferta de crédito associada, os programas *Pra sempre* ele contrata com prazo de financiamento de 21 meses. Então, ele sai com o produto, sai com o financiamento, uma experiência integrada, e ele acaba gerando uma fidelidade, não só na relação com o banco, mas no uso dos produtos financeiros por trás dessas operações. Então, é assim que a gente tem olhado para esses novos negócios.

Perfeito, Milton. A gente vai trazer mais informações sobre eles aqui nos *calls*, à medida que eles forem se desenvolvendo e crescendo.

Perfeito. Faremos.

Bom, com isso a gente termina a sessão de perguntas e respostas e, antes de passar para você fazer o encerramento, Milton, gostaria de lembrar o pessoal que os materiais todos da divulgação de resultados estão disponíveis no site de RI do banco. Então, convido a todos a irem lá e consultarem estes materiais. Milton, obrigado pelo *call* de hoje.

Obrigado a você, Renato, pela condução. Obrigado a todos, é sempre um prazer estar aqui com vocês e certamente nos encontraremos aí ao longo do próximo trimestre, em diversas ocasiões. Espero estar aqui em breve podendo falar um pouco para vocês como é que foi o nosso primeiro trimestre, os desafios que certamente são enormes.

Eu queria fechar dizendo para vocês que a gente está bastante satisfeito, como eu disse no início, eu acho que a gente inicia 2023 muito melhor do que a gente iniciou 2022, certamente melhor do que a gente terminou 2022, embora o mês de janeiro tenha sido um ano longo e não um mês, o fato é que a gente continua muito dedicado, com muita energia, com muita vontade de fazer dar certo. E, mais importante, com muita humildade, com muita consciência dos desafios, com muita consciência do entorno competitivo, e vamos trabalhar com muito afinco para entregar aquilo que a gente se comprometeu e manter o nível de performance sustentável ao longo dos próximos anos.

Os desafios são enormes, eu acho que a gente falou sobre alguns deles aqui e espero poder atualizá-los ao longo da jornada, ao longo do ano. Muito obrigado mais uma vez e nos vemos em breve, um super abraço para cada um de vocês, obrigado.

Obrigado e até a próxima!