

Resultados 3T22

Abertura

[Renato] Olá, bom dia a todos! Eu sou Renato Lulia, diretor de relações com investidores e inteligência de mercado do Itaú Unibanco. Muito obrigado por participarem da nossa videoconferência para falar sobre os resultados do terceiro trimestre de 2022, que estamos transmitindo diretamente do nosso escritório, aqui na da Faria Lima.

Este evento será dividido em 2 partes. Na primeira, o Milton explicará a nossa performance e resultados referentes ao 3º trimestre de 2022. Em seguida, teremos a sessão de perguntas e respostas, em que analistas e investidores poderão interagir diretamente conosco.

Gostaria de passar, então, algumas instruções para o melhor aproveitamento desse nosso encontro de hoje. Para quem está acessando pelo nosso site, existem 3 opções de áudio na tela: todo o conteúdo em português, todo o conteúdo em inglês ou no áudio original. Nas duas primeiras alternativas contaremos com tradução simultânea. Para escolher sua opção, basta clicar na bandeira que está no canto superior esquerdo ai da sua tela. As perguntas também podem ser enviadas por WhatsApp. Para isso, basta clicar no botão que está na tela para quem está acessando pelo site ou mandar uma mensagem para o número 11-99148-4308. A apresentação que faremos hoje está disponível para download na tela do hotsite e também, como sempre, no nosso site de RI.

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

[Milton] Bom dia a todos!

Obrigado pela participação de vocês na nossa conferência de resultados do terceiro trimestre de 2022.

Vou direto para os números e aí, durante a apresentação, vou trazendo algumas informações que eu julgo relevante, tá?

Então, a primeira boa notícia aqui, é que a gente atinge um resultado bastante forte de R\$8,1 bilhões de reais no trimestre e um crescimento de 5,2%.

E no Brasil, uma expansão de 4,8%, atingindo R\$7,4 bilhões de reais.

ROE consolidado 21%, uma expansão de 0,2 pontos percentuais, e no Brasil, a gente vem conseguindo manter o nível de rentabilidade estável, num patamar bastante elevado, 21,6%.

Olhando a carteira de crédito: crescimento de 2,5%, atingindo R\$1.111 trilhão, e R\$900 bilhões de reais no Brasil. Crescimento por volta de 2,5% tri contra tri.

Margem com clientes, a gente também teve uma boa expansão no trimestre, eu vou dar um pouco mais de detalhes mais pra frente, crescendo 6,4%, atingindo R\$23,4 bi. Quando a gente olha o Brasil, crescendo 5,5%, atingindo 20,6 bilhões de reais.

Falando de atraso, impacto muito pequeno no indicador de atraso, 0,1 ponto percentual, quando a gente olha no consolidado. E quando a gente olha só o Brasil, crescendo 0,2 pontos. Eu vou dar um pouco mais de detalhes mais pra frente.

E o índice de capital, ótima notícia: a gente conseguiu expandir aqui a nossa base de capital, crescimento de 0,6 pontos percentuais, atingindo 11,7% de core equity no trimestre, acima do nosso apetite.

Falar de resultado sem falar de cliente... Então preferi trazer um slide para mostrar, de forma muito sucinta. Por trás dos números que vocês vão ver aqui, existe muito trabalho, muita dedicação, muito ferramental, mas a mensagem central é que a gente já vem, há alguns anos, trabalhando com conceito de NPS dentro do banco, então a gente tem medição em todos os produtos, canais, NPS global, transacional, competitivo.

A gente recebe mais de 4 milhões de feedbacks todos os anos, cada feedback é lido, é interpretado e a gente incorpora isso no nosso modelo para entender a visão dos nossos clientes, onde é que são as alavancas, onde é que estão as nossas oportunidades, tá?

E a gente tem recebido esse alto volume de feedbacks e o processo já incorpora isso na interpretação das informações.

Então, a gente se propôs, lá em 2018, a ter um crescimento de 20 pontos percentuais até o final de 2022. No nosso NPS global a gente pondera todos os principais segmentos do banco de forma linear aqui, para entender como é que o cliente tem avaliado a gente.

A boa notícia é que a gente já atingiu 18 pontos nesse período, portanto mais 2 pontos, e eu estou bastante confiante que a gente chega lá, até o final do ano a gente atinja o objetivo de 2022.

Por outro lado, a gente não está, evidente, confortável. A gente quer continuar expandindo o nosso NPS, a expectativa é chegar a 25 pontos de crescimento, portanto a gente tem 7 pontos ainda pra crescer até o final do ano que vem, o que eu vejo de forma bastante crível, tá?

Duas notícias: 60% dos nossos negócios estão em patamares recordes, então é excelente a notícia. A gente tem acompanhado isso mensalmente.

E mais de 25% dos nossos negócios já estão acima daquilo que a gente julga patamar de excelência, ou seja, acima de 75 pontos de NPS.

Falando de carteira de crédito, vocês podem observar um crescimento de 3,4% no trimestre na pessoa física, 4,5% em pequena e média empresa, tá?

A gente vê, aqui no Brasil, crescendo 2,7%. Ano contra ano, 20,8%.

Tem explicação aqui, obviamente, para cada uma das linhas.

Teve uma expansão em crédito pessoal de 6,8%.

Eu queria dizer que parte da carteira de crédito pessoal é feita através do crediário e do próprio cheque especial, mas 90% desse crescimento foram feitos em segmentos de rendas mais altas, portanto, com menor inadimplência, tanto no Personalité quanto no Uniclass.

Outro destaque que eu daria para a carteira de crédito, eu já venho falando pra vocês há algum tempo, que a gente tinha um gap enorme em consignados de órgãos públicos.

A gente sempre teve uma participação muito forte no INSS e muito forte em empresas privadas, então a gente se colocou como objetivo ocupar o espaço também de órgãos públicos, a notícia é que isso vem acontecendo.

Então, a boa notícia: a gente cresceu 8% no trimestre, 77% ano contra ano.

Em micro, pequenas e médias, pelo perfil da nossa carteira e onde a gente vem dando foco ao longo desses anos, vocês podem perceber que teve aqui uma expansão na originação, crescimento de 15% no período, só que 70% dessa originação se deu em clientes de faturamentos mais altos, portanto, com nível de inadimplência menor.

Então, crescimento de carteira bastante saudável, ainda que a gente veja já uma leve desaceleração em relação ao que a gente observou no tri passado, isso by design, quer dizer, a gente decidiu, e eu já venho falando para vocês, a gente vem fazendo ajustes por todo ciclo, entendendo onde é que estão os pontos de oportunidades, onde tem espaço pra crescer e onde necessariamente a gente precisa fazer ajustes de produção de carteira de crédito.

Margem financeira com clientes: muito boa notícia no trimestre. A gente, na margem CORE cresce R\$1 bilhão de reais, e quando a gente inclui o capital de giro, mais R\$400 milhões, portanto, R\$1,4 bi, um crescimento de 6,4%, quando a gente olha o período.

Outra notícia importante que vocês podem observar, a gente vem expandindo a nossa margem média, trimestre após trimestre, nessa série aqui, que vem desde o terceiro trimestre de 2021, atingindo 8,6% no consolidado, saindo do 7,4% lá atrás. E no Brasil, saindo de 8,5%, atingindo 9,4%.

Essa expansão se dá não só na margem anualizada, como na margem anualizada ajustada a risco, então é boa notícia, a gente vem conseguindo crescer e crescer com

qualidade. Então, acho que é um destaque bastante positivo aí, para a nossa divulgação.

O próximo item que eu chamo atenção é a margem com o mercado. Um mercado bastante difícil como vocês têm observado, todo aumento de taxa de juros mais volatilidade, ainda assim a gente vem conseguindo, de forma consistente, defender o resultado de margem com o mercado nos trimestres.

Lembrando que esse ano a gente instituiu o head do índice de capital, que tem custado por volta de R\$500 milhões por trimestre.

A gente, lá no início do ano, tinha falado no guidance, que deveria custar por volta de R\$2 bi, e é muito suscetível ao aumento de taxa de juros, diferencial de juros do Brasil com as taxas de juros internacionais, tá?

Então a gente vem conseguindo manter o que a gente imaginava, era a nossa expectativa. Apesar disso, a gente teve uma boa performance no Brasil neste trimestre, R\$900 milhões de reais de margem com o mercado, lembrando que a gente já não tem mais o resultado do overhead, então é uma série comparada com o ano passado sem o resultado do overhead, ainda assim a gente vem conseguindo defender bem a nossa margem.

Resultado de serviços e de seguros, eu chamo atenção para o crescimento que a gente vem observando nas várias linhas. Então a gente teve um bom crescimento quando a gente olha no período.

Cartão de crédito e débito crescendo quase 8%.

Quando eu olho para administração de recursos, uma queda de 11,8%, mas é superimportante chamar a atenção de vocês que aqui tem um critério contábil importante, tá?

A gente reconhece toda performance feed administração de recursos por caixa. E tipicamente esse efeito acontece no segundo tri, portanto, no trimestre passado e no quarto tri deste ano.

Então a comparação do terceiro com o segundo tri não é perfeita, porque eu tive o efeito caixa da performance feed do segundo tri.

No quarto tri, tudo mais constante se a gente conseguir performar bem nos nossos fundos. As performances têm sido muito boas.

A gente também deve ter um reconhecimento de performance feed no quarto trimestre, tá?

Outra informação importante: o negócio de seguros continua expandindo. Aqui na linha de resultados de seguros, previdência e capitalização têm efeitos positivos e negativos.

Positivos do negócio CORE de seguros, menos positivos o efeito de previdência, o head das carteiras, deflação no período, mas a notícia muito importante para o que a gente chama seguros CORE é que esse resultado cresceu 53% ano contra ano.

Eu já vinha falando pra vocês que seguradora e o resultado de seguros era um gap, e era de fato uma linha onde a gente ia dar muito foco, ia dar muita atenção.

O fato é que os resultados, de fato, estão nos acompanhando. Fico bastante contente com a evolução que a gente tem tido.

Outra informação muito importante: a gente fala de assessoria financeira e corretagem, apesar de uma queda, a gente continua batalhando, é um ano um pouco mais difícil para renda variável, mas tanto em renda fixa quanto EMN o banco vem tendo um desempenho muito sólido. Então tem uma leve queda, um pouco menos de atividade no trimestre, renda variável tem sido mais fraca.

Mas a notícia boa é que a gente vem liderando todos os rankings de renda fixa, como vocês podem observar, a gente tem um fair share aqui de 27% na originação, 33% na distribuição e 31% naquelas emissões que foram feitas com o selo ESG. Então a área de renda fixa está tendo uma performance realmente muito forte.

E por último, não menos importante, quando a gente fala de administração de recursos, além do efeito da performance fee, que eu já comentei, importante mostrar que a gente continua crescendo e aqui, como a gente tem dito, a gente tem uma plataforma aberta, a gente vem trabalhando muito nos modelos de incentivo, com total isenção, o que permite com que a gente cresça mais na plataforma aberta do que em produtos próprios. Mas, isso depende muito do ciclo, do momento, taxas de juros maiores ou menores, que tipo de perfil de investimento os clientes estão buscando. A gente tem bastante flexibilidade para atender às necessidades dos nossos clientes.

Falando de atraso, custo do crédito, né? Então eu vou começar pelo atraso longo, acho que tem algumas mensagens. Então, quando a gente olha no Brasil, teve um leve crescimento, eu comentei agora a pouco, mas eu também tinha dito pra vocês que quando a gente fizesse qualquer venda de carteira ativa, que a gente daria visibilidade e transparência para vocês.

Então, se vocês olharem aqui, do 3,25% pro 3,29%, basicamente é o efeito do que a gente teve de carteira ativa que foi vendida no período, embora economicamente tenha sido um resultado positivo, ele traz um benefício, um leve benefício no índice de atraso, então de novo, por excesso de transparência, a gente achou importante dividir com vocês essa informação.

Quando a gente olha na visão total, o impacto é pequeno, são 3 bases points, mas não fosse a venda a gente estaria com um índice de atraso de 2,85%, mais uma vez reforçando, a venda foi feita com valor econômico positivo, o que é bom, é saudável para o balanço do banco.

Quando a gente fala do atraso longo e fala do Brasil, pessoa física tem um leve crescimento de 30 bases points, como vocês podem observar. Como a carteira relevante vendida ativa é uma carteira de pessoa física, o impacto seria de mais 7 bases points. Então a gente veria essa expansão aqui. E aqui eu vou parar um segundo, talvez para falar, obviamente, durante o Q&A essa pergunta deve surgir, mas eu queria reforçar um ponto importante. Vocês devem lembrar que no terceiro tri do ano passado eu vinha dizendo pra vocês que viria uma normalização gradual do atraso. Essa era a minha expectativa, a nossa expectativa, a expectativa do banco para o ano de 2022. Como vocês podem observar, isso veio acontecendo de forma muito saudável, mas ainda em patamares anteriores ao pré-crise, que também tá em linha com o que a gente vinha dizendo.

A gente espera ainda uma leve piora no indicador de atraso da pessoa física, talvez mais um trimestre. A gente pode observar algo de magnitude semelhante ao que a gente vem observando, mas a nossa melhor expectativa com as informações de hoje, claro que tem muita incerteza, as coisas mudam, é que essa estabilização deve acontecer no primeiro trimestre do ano que vem.

Então é pra dar um pouco de ideia pra vocês de que a gente ainda estabiliza, como eu vinha dizendo, desde lá de trás, em patamares parecidos com o que a gente observava no pré-crise e esse aumento ainda deve acontecer no último trimestre e aí, já no início do ano, uma leve estabilização, tá? Então acho que essa era uma mensagem importante.

Quando eu falo de micro, pequenas e médias a gente vê um leve aumento, são 10 bases point. E quando a gente vai pro atraso curto, na pessoa física, a gente vê também um leve aumento, são 10 bases point. Por outro lado, na pequena, micro e média empresa a gente vê uma queda de 10 bases point.

Então o atraso curto bem-comportado e os atrasos longos, de novo, uma normalização gradual, voltando para patamares muito parecidos ao pré-crise, superconsistentes com o que eu venho falando pra vocês há um ano. Esse é o quarto trimestre desde que eu iniciei essa conversa.

E olhando grandes empresas em patamares, realmente, muito confortáveis, 0,1%, embora grandes empresas não é exatamente o melhor indicador de atraso para se acompanhar.

Falando de qualidade e custo do crédito, primeira informação: nossa carteira renegociada sobre o total. Como vocês podem observar, a relação ficou praticamente de lado. 3,2%, 3,2%, mas tem sim um crescimento de R\$1,7 bi no trimestre. Sendo que só R\$900 milhões de reais são atrasos acima de 90 dias. Então a gente continua muito focado, renegociando aquilo que faz sentido renegociar. Não tem outro objetivo a não atender bem e dar fôlego para os clientes que realmente têm necessidade. Mas, pra aqueles clientes que, infelizmente, já estão numa fase um pouco mais deteriorada, a gente segue a nossa régua de cobrança, com todos os cuidados devidos.

A outra informação importante é que a cobertura para essa carteira aqui é de mais de 220%, então a gente para o atraso acima de 90. Então uma cobertura bastante sólida. Acho que a notícia também é positiva.

Carteira flexibilizada, só lembrando, a carteira flexibilizada foi aquela que a gente carimbou no pré-pandemia, no momento do início da pandemia, da crise. E a gente ajudou nossos clientes, que estavam em dia naquele momento, a atravessarem, o programa Travessia do banco.

Na época eram R\$33.5 bilhões de reais de carteira, a gente atingiu R\$21.5 bi. Então, se vocês observarem, mais da metade da carteira já foi amortizada nesse período de 2 anos, 39% de amortização de redução ano contra ano e 10,8% tri contra tri.

Também é uma carteira que, se vocês olharem, o remanescente dos R\$21.5 bilhões de reais, 60% dessa carteira conta com garantia real e o duration da carteira, na medida que o que é "*clean*" vai sendo amortizado, ele tende a aumentar, portanto, o volume de amortização tende a ir arrefecendo, porém com uma carteira muito mais garantida, com muito boa qualidade de crédito.

Quando a gente olha para o custo do crédito sobre carteira, também um leve aumento. O nominal cresce porque a carteira cresce, como vocês viram. Mas a gente ainda vem rodando em patamares inferiores ao que a gente observava no pré-pandemia. Então, nenhum ponto específico aqui em relação a esse item específico.

Em relação a índice de cobertura, a gente atinge o índice de cobertura de 215%, praticamente de lado quando a gente compara com o tri passado, uma queda muito pequena e todos os segmentos com uma cobertura bastante adequada.

Quando a gente olha pra pessoa física a gente atinge 188% de cobertura, lembrando que no período de 2015 a 2019 a gente rodava com 167% de cobertura. Ou seja, ainda assim a gente vem operando quase 20 pontos percentuais de cobertura acima do que a gente vê de médias históricas.

Despesas não decorrentes de juros. Esse é um trimestre mais pressionado, tem a renegociação salarial e tem o abono. O grande efeito é o abono. Então, quando a gente olha o reajuste salarial de 2021, que é o que tem a integral até setembro desse ano, foi de 10,97% e INPC mais meio. Quando a gente olha o IPCA teve um aumento de 7,2%, o IGPM 8,2% e a gente teve um efeito abono de 80 milhões de reais no mês de setembro. Então quando a gente olha tri contra tri tem um aumento de 3,8% e ano contra ano 6,9%, lembrando que o ano passado não teve abono, porque são renegociações coletivas que tem um prazo de 2 anos. Então esse traz um efeito também aqui. Ainda assim, a gente vem conseguindo rodar abaixo da inflação.

Mas a forma que eu gosto de demonstrar a nossa agenda de despesas, a despesa não decorrente de juros é da seguinte forma: primeiro a gente sempre mostra o custo CORE, 9 meses 21 contra 9 meses 22, vocês vão observar aqui que teve um crescimento de 0,9%, muito abaixo do que a gente observa de inflação, e inflação bancária é muito mais

alta, inclusive, dado o reajuste salarial. Então a gente vem com um programa de eficiência, que já começou há algum tempo, com resultados bastante positivos.

Por outro lado, o banco segue crescendo, fazendo mais negócios, tem um transacional, eu diria que é o colesterol bom e vem trazendo impacto positivo aqui. Quer dizer, então ele é o ofensor, mas tem a contrapartida no top line, na receita. E quando a gente olha o investimento tem um delta crescimento de R\$1,9 bi, que são investimentos que são feitos em tecnologia, em novos negócios ou expansão de negócios, que buscam mais eficiência, mais produtividade, mais geração de top line, mais redução de custo, então é um investimento olhando para o longo prazo do banco.

Então, no final a gente exclui aqui a América Latina, a gente consegue mostrar que o banco vem se comportando bastante bem, com muita disciplina de gestão de custo. Tanto é verdade que a gente não olha custo pelo custo, a gente olha muito pelo índice de eficiência, a gente tem o menor índice de eficiência, da forma completa de se calcular, da indústria atingindo 38,9% no Brasil e 41,1% no consolidado. São números bastante importantes aqui, que o banco vem conseguindo entregar.

E, por último, não menos importante, acho que a notícia é muito boa para o capital, a gente conseguiu uma expansão de 60 bases points no capital nesse trimestre, saiu de 11,1% pra 11,7% no set one, e aqui a gente coloca o AT1, o Adicional to one, de 1,6%, lembrando que o limite regulatório é de 1,5%, mas no fundo a mensagem, tem até aqui uma observação, é para mostrar que a gente ainda tem 10 bases de buffer, caso haja uma apreciação do real e a gente precise otimizar o nosso índice de capital, a gente ainda tem uma pequena folga, atingindo 13,2%, basicamente é crescimento de resultado, já provisionando dividendo, crescimento de carteira, então a gente tem conseguido financiar o crescimento e ainda assim acumular capital para o acionista, o que é uma ótima notícia.

Com isso eu termino. Essas eram as principais mensagens, está bastante positivo, com os resultados que a gente apresenta nesse trimestre, evidente, sempre atento para os desafios, muito consciente de que tem desafios importantes, olhando pra frente, mas pra isso eu vou me juntar agora com o Renato e vou pro Q&A com vocês, mas mais uma vez, super obrigado pela participação e pela presença. A gente se vê daqui a pouco. Abraço a todos.

Perguntas e Respostas

[Renato] Bom, Milton acabou de chegar aqui, então a gente pode já começar nossa sessão de perguntas e respostas. Lembrando que vai ser bilíngue, ou seja, a gente vai responder à pergunta no idioma em que a pergunta for feita. Mas caso vocês queiram algum apoio na tradução, vão ter opções de áudio em português e em inglês. Além disso, por favor, lembrem-se que vocês podem mandar as perguntas por WhatsApp, e para isso o número vai ser (11) 99148-4308. Bom, já temos a primeira pergunta aqui, Milton, vamos?

[Milton] Vamos lá.

[Renato] A primeira pergunta vem do Flavio Yoshida, do Bank of America, que já está aqui na tela com a gente. Tudo bem, Flavio? Bom dia!

[Flávio] Tudo bem! Tudo bem, Milton? Tudo bem, Renato? Antes de tudo, eu queria parabenizar vocês pelo bom trabalho, pelo resultado muito bom do banco mesmo nesse cenário mais desafiador. E eu queria entender a visão de vocês com relação à rentabilidade, olhando para frente, pelo menos para o próximo ano, dado que o cenário é desafiador, a visibilidade é baixa, mas ao mesmo tempo, boa parte do que vocês têm feito ao longo desse ano, acho que vai ser colhido no ano que vem. Então eu queria entender se a gente pode esperar um bom resultado ano que vem, e também entender um pouco da dinâmica da carteira de crédito, porque a gente viu uma aceleração no segundo tri, e agora desacelerou um pouco no ano contra ano. E eu queria entender o que dá para gente esperar. Eu sei que vocês ainda vão publicar um guidance no começo do ano que vem, mas o que vocês já conseguem sentir do que pode ser crescimento de carteira para o ano que vem?

[Milton] Tudo bom, Yoshida? Obrigado pela pergunta. Bom, acho que você concluiu bem aqui. Eu não quero, principalmente por ser a primeira pergunta, dar nenhum tipo de informação, porque a gente ainda está trabalhando no cenário de 2023. Como vocês sabem, ainda tem muita incerteza, tem muitos pontos para serem elaborados aqui do nosso lado. A gente está na fase final de elaboração do orçamento, e tão logo seja possível, a gente vai no primeiro call do ano que vem, com os resultados do quarto tri, divulgar o guidance com muito mais precisão. Mas acho que a mensagem central é que a gente vê um crescimento de resultado sustentável. Acho que esse é o ponto central. E é assim que a gente vem trabalhando ao longo dos últimos trimestres. A prova disso é que não há revisão do guidance de 2022. A gente continua acreditando no guidance. É evidente que ele tem ranges para cada uma das linhas que foi apresentado, mas a gente entende que dentro dessa geografia, a gente consegue entregar o resultado do banco e reafirmar, portanto, o guidance para 2022.

Então, a expectativa é de que a gente continue vendo um crescimento saudável. Por outro lado, um arrefecimento no crescimento de carteira, como você bem colocou. Tem toda uma inércia com o empilhamento de carteira para o ano que vem. Tem a forma como os juros ainda impactam o nosso negócio e a forma como o banco faz o hedge do capital de giro, dos depósitos, enfim. Então sempre tem uma integral para ser observada. Tem desafios em negócios como o banco de investimento, que depende de como é que vai ser a atividade. Tem desafios no custo do crédito, mas a gente continua bastante cuidadoso no acompanhamento do risco do banco e cauteloso. Acho que porque o cenário inspira cautela. Teve sim, já linkando com a sua pergunta, um arrefecimento no terceiro tri. A gente vem conseguindo crescer a carteira de forma saudável. A gente vem conseguindo penetrar nos clientes de menor risco, ao longo dessa jornada. A gente vem conseguindo desalavancar em alguns clientes que trazem riscos maiores. A gente tem conseguido penetrar em clientes em que a gente tem um histórico de relacionamento, então a gente tem aumentado o *share of wallet* claramente nesses grupos. E a gente tem sido muito cuidadoso com os canais externos, sobretudo monoprodutos. Então, se eu tivesse que citar dois casos aqui, o mundo de

cartões não correntista, o mundo de cartões monoproduto. Lembrando que além do cartão correntista, que está performando muito bem, a gente tem dois outros segmentos, seja o segmento de mar aberto, onde a gente adquire clientes de forma digital, mas clientes em que a única alavanca é o crédito e tipicamente tem uma renda mais baixa que a média. Então, no mar aberto, a gente tem sido ultraconservador e reduzido a concessão de forma material: mais de 90% de redução ao longo do período. E nas financeiras, que tem uma proposta de valor com os nossos sócios, a gente tem feito ajustes na concessão de crédito, mas é um negócio que tem uma qualidade de risco melhor do que o mar aberto, temos uma capacidade de cobrança melhor porque usamos o próprio espaço físico das lojas dos nossos sócios para fazer a cobrança. Então, nas parcerias a gente também vem tentando equilibrar.

O custo de crédito é algo que a gente continua acompanhando e vai haver um arrefecimento. Eu imagino que para 2023, sem antecipar o guidance, a carteira naturalmente vai crescer menos do que cresceu em 2022. Como é uma carteira que vem sendo empilhada nos últimos trimestres, a redução tem um efeito de base, e para o ano que vem a carteira deve reduzir como um todo. Mas acho que o ponto central é olhar para o nosso negócio como um banco universal muito robusto quando a gente fala do custo do crédito, em que a gente é muito relevante em todos os segmentos onde o banco atua. E é esse equilíbrio do portfólio que faz com que a gente consiga navegar de forma bastante consistente durante períodos de maior dificuldade. Existem compensações importantes nos vários portfólios do banco, além de um perfil um pouco mais afluente, o que permite também com que a gente tenha resultados de crédito bastante adequados, voltando gradualmente para o que a gente observava no pré-pandemia.

[Renato] Obrigado, Milton. Já temos com a gente a próxima pergunta, que vem do Thiago Batista, do UBS. Oi, Thiago, bom dia!

[Thiago] Bom dia, Milton! Bom dia, Renato! Parabéns pelo resultado também. Foi um resultado bem forte, tendências de qualidades de carteira muito boas... Parabéns!

A minha pergunta é sobre margem com clientes, com foco nas operações sensíveis a spread. Se a gente olhar a taxa dessas operações sensíveis a spread, a gente tem um crescimento tri após tri, mas ainda bem abaixo do que era pré-Covid. No pré-Covid estava um pouco acima de 10%. Agora está 8,5%-8,6%. Dá para imaginar que essa margem vai convergir para o que era pré-Covid? Ou o mix de cliente/produto foi tão importante que esse nível não volta? E uma alternativa é olhar a margem pós-provisão, que também está a 150bps abaixo do que era pré-Covid, está em torno de 5,6% e era próximo de 7%. Podemos esperar que a margem, pré ou pósprovisão, voltará para o nível que era pré-Covid?

[Milton] Tudo bom, Thiago? Obrigado pela pergunta e pelos elogios ao resultado.

Bom, as coisas estão bem diferentes do que foi no pré-Covid. Algumas informações são muito importantes para a gente olhar a evolução da margem. A primeira delas é que a nossa carteira de produtos garantidos aumentou a penetração em 5 p.p., o que naturalmente traz o mix para um patamar de rentabilidade menor, menos arriscado,

porém com o nível de margem menor. Tem um segundo efeito, que veio durante o início do Covid, que foi o *cap* regulatório de taxa no cheque especial, que também teve um impacto importante na rentabilidade do produto. Durante aquele período, a gente viu o saldo médio dessas linhas mais arriscadas caírem de forma relevante e o saldo médio das carteiras mais garantidas crescerem bastante, o que teve um efeito relevante na margem. O saldo médio dos produtos *clean* tem retomado, mas o mix entre garantidos e não-garantidos mudou. Essa é uma informação importante! A segunda informação relevante para a margem é que a nossa carteira de atacado cresceu 55% nos últimos três anos. Se você voltar três anos para trás, era uma carteira que andava praticamente de lado.

Então, hoje a gente vê um portfólio do banco com mais atacado e menos varejo, e dentro do varejo, mais garantidos e menos clean. Esse é um segundo fenômeno que tem um impacto na margem também.

E o terceiro aspecto relevante no período é que a gente tem visto um aumento relevante na taxa de juros. A velocidade foi muito forte desde o *low* até os atuais 13,75% e a gente tem alguns produtos que são impactados na carteira, não só no fluxo. No fluxo, a gente tem conseguido repassar o aumento de taxa, mas na carteira tem mais impacto. Então, quando a gente olha para o crédito consignado, tem *cap* regulatório de taxa; o cheque especial, tem *cap*; o crédito imobiliário dentro do MAPA4 também tem uma dinâmica de spread pós-fixado. Então, por um lado, você se beneficia com o custo da captação da poupança, por outro lado, você é impactado pelo aumento da taxa do crédito. Então, aqui você tem os dois efeitos. A gente deixa o spread no crédito e o passivo numa linha diferente. Então tem uma série de outros efeitos.

A minha visão é de que a gente não deve voltar para o que a gente vinha de margem no pré-pandemia. A gente ainda deve ver a nossa margem estabilizando, talvez com uma leve expansão, mas estabilizando um pouco acima dos patamares atuais. Essa é a nossa melhor estimativa agora.

[Renato] Obrigado, Milton! A terceira pergunta é do Gustavo Schrodin, do Bradesco BBI. Tudo bem, Gustavo?

[Gustavo] Bom dia, Milton! Bom dia, Renato! Obrigado pela oportunidade! Parabéns pelos resultados muito fortes, realmente.

Eu vou fazer duas perguntas, a primeira é sobre asset quality. De fato, a gente vê a inadimplência, principalmente de pessoa física, subindo. Acho que a gente tem dinâmicas diferentes entre os players, mas de fato ela vem subindo para todo mundo.

A minha pergunta, Milton, não é para tentar fazer futurologia se o NPL vai estabilizar no próximo trimestre ou no primeiro trimestre, mas até onde vocês acreditam que dá para manter esse “apetite de risco” nessas linhas mais arriscadas? Quanto que você aceita de deterioração no NPL para continuar ainda crescendo nesse ritmo? A gente já viu uma desaceleração no crescimento, principalmente em cartão de crédito e veículos também. Mas eu queria entender, até onde você vai? Qual o seu limite, olhando para a deterioração? De novo, eu não estou nem pensando se para nesse trimestre ou se é no

próximo, porque eu acho que isso é muito difícil de estimar. Mas eu queria entender o seu apetite de risco nessas linhas.

E a minha segunda pergunta é sobre dividendos. O capital está se recompondo. Esse nível de ROE de 20% / 21% com um dividendo de 25%, acho que a tendência é que, excluindo efeitos extraordinários, a tendência é o capital voltar. Você acha que dá para a gente pensar num dividendo voltando para 40% no ano que vem? Obrigado!

[Milton] Gustavo, mais uma vez, prazer em revê-lo. Obrigado pelos comentários sobre o nosso resultado!

Deixa eu falar um pouco de inadimplência da pessoa física, mas é importante entender o portfólio todo. Nossa operação de pessoa física é muito diversa. A gente tem o correntista, em todos os segmentos que a gente atua (Itaú agências, Uniclass, Personalité); a gente tem as nossas operações de monoliners, crédito imobiliário, consórcio, veículos e a operação de cartões. Os dois portfólios que mais sentem, em momentos e ciclos como o que a gente está observando, com aumento de inflação, é o portfólio de cartões mar aberto, que eu vinha falando agora há pouco, e o nosso apetite é criar valor. Então, o nosso apetite não muda, ele é dinâmico, depende do que a gente está vendo de cenário prospectivo, do que a gente está observando na realidade, no resultado das safras. Mas a mensagem central é: fizemos ajustes muito relevantes na concessão. Reduzimos de forma muito vigorosa a concessão em determinados produtos, cartão de crédito mar aberto é um deles. Veículos a gente também fez carteira de veículos, na margem, reduz tri contra tri. Isso mostra que a gente vem conseguindo fazer os ajustes necessários.

O mais importante é que as safras estão enquadradas dentro do nosso apetite. Na carteira de veículos, o atraso curto já encaixou, o que é muito boa notícia. Cartões é um negócio mais volátil. A gente vem fazendo uma gestão muito ativa do portfólio, bem intensa, mas o portfólio é bem relevante. Como você sabe, ele está sujeito a um pouco mais de volatilidade, mas a gente tem conseguido absorver muito bem.

Todos os negócios correntistas, dado o perfil do nosso cliente, a gente tem conseguido ter uma performance de crédito muito sólida durante esse período todo. 2/3 da base são clientes engajados em que a gente tem a capacidade de penetrar nos relacionamentos. Então, como o portfólio da pessoa física é bem diverso, tem compensações entre portfólios. Alguns um pouco mais pressionados, outros menos.

Olhando para frente, não haverá uma revisão do apetite no sentido de expandir em linhas de maior risco, a menos que sejam clientes em que a gente já tenha um histórico de um bom relacionamento e que a gente já tenha uma boa penetração de crédito. Então, o que a gente tem conseguido fazer nesses clientes é aumentar o *share of wallet*, aumentar a proposta de valor, e melhorar a relação. E isso tem dado espaço para a gente continuar crescendo com qualidade. Então, acho que a mensagem central é que as safras recentes estão enquadradas com ajustes que foram feitos de forma relevante.

Quando a gente olha para empresas, acho que vale a pena quebrar em dois mundos: o varejo e o atacado, que vai de *middle market*, tipicamente acima de R\$ 50 milhões de

faturamento, até os clientes do ultra large, que são as maiores corporações do Brasil. Na operação de varejo, a performance é realmente extraordinária. A gente tem conseguido crescer com qualidade, com custo de crédito supercontrolado, aumentando principalidade, penetrando a relação com os nossos clientes. Uma proposta de valor muito sólida. E o custo do crédito aqui está misturado: a gente tem as empresas middle nesse indicador de varejo que a gente divulga.

A gente opera em um perfil de cliente um pouco mais distante da base. A gente também tem clientes MEI (o pequeno comércio, a pequena empresa), mas o nosso mix é um pouco mais *upscale* do ponto de vista de faturamento e, portanto, com uma qualidade de crédito melhor... Os resultados estão aí.

No middle, a história não é diferente. A gente vem conseguindo crescer com muita qualidade, com o custo do crédito muito comportado e uma relação de margem financeira líquida muito saudável. Então, olhando para frente e olhando como a gente gere o banco, a gente olha por margem financeira líquida, a gente não olha exclusivamente para o *top line*, a gente retroalimenta os nossos modelos na medida em que as observações recentes vão trazendo novos elementos e a gente está sempre mirando para a rentabilidade. Então, o nosso mantra de criação de valor e retorno sobre capital alocado segue sendo o principal *driver* de tomada de decisão.

Então, embora a gente tenha apetite e políticas de crédito bem definidas, a gente está sempre precificando as operações da melhor forma possível, tentando não só olhar para trás, mas estimar a expectativa futura de performance da safra. É assim que a gente tem conseguido gerenciar, temos feito cortes relevantes, portanto acho que a gente continua com espaço de crescer com qualidade e expandindo, na medida do possível, a nossa margem financeira com clientes, na medida em que as carteiras crescem.

Sobre dividendos, a resposta é muito objetiva. A nossa política de dividendos tem na matriz os Ativos Ponderados por Risco em um lado e a rentabilidade no outro. O nosso apetite de risco, na visão Conselho, para o CET1 reduziu de 12% para 11,5% e tem 1,5% de AT1, então a gente está falando de 13% de capital Nível I. Esse é o nosso apetite hoje. Para a tabela de dividendos, a gente continua com 13,5%.

O segundo ponto é que, em caminhar para um excesso de capital, a gente vai sempre observar prospectivamente, e não olhar para trás. Nossa real capacidade de continuar crescendo e investindo. Não é só crescer carteira, é fazer novos investimentos, aquisições... e oportunidades que surjam. Então, no passado, a gente operava com payouts muito elevados porque tinha um excesso de capital no banco muito grande e a gente não via perspectiva de uso daquele capital. Daí que a gente criou aquela política de distribuição e o payout foi muito alto. Por ora, a gente não vê o payout aumentando, a gente continua trabalhando com 25%, por duas razões. Primeiro, porque a gente está fazendo um *catch up* no capital. Então, se você olhar, nos últimos dois anos, a gente recuperou bem o capital principal do banco, estamos acima do apetite agora. Tem aí desafios e oportunidades olhando para frente. Então, do mesmo jeito que tem mudança em Basileia, que pode trazer benefícios, tem consulta pública de capital para

risco operacional e tem algumas transações que a gente fez, que estão em processo de aprovação do regulador, que consomem capital. Tem intangíveis, que também vão contra o capital, e a gente continua investindo no banco. Então, olhando em um horizonte de pelo menos nos próximos 12 meses, a gente não vê sentindo em aumentar o payout. O que a gente tem conseguido fazer com bastante consistência e previsibilidade é aumentar o lucro e, portanto, aumentar o lucro por ação. Mas a melhor informação que temos hoje sobre payout é que a gente deve continuar trabalhando com 25%. Qualquer mudança de cenário, olhando para frente, se a gente entender que o banco não tem capacidade de rentabilizar adequadamente o capital do acionista, a gente vai aumentar a distribuição, certamente.

[Renato] Obrigado, Milton! E agora sim, vamos para o Rafael. Tudo bem, Rafael?

[Rafael] Bom dia a todos aí, e parabéns pelos resultados! Eu tenho duas questões. Eu acho que o Milton até comentou já em algum evento anterior com relação a sobreoferta de cartões no mar aberto. Vocês já comentaram que restringiram bastante a emissão... Qual é a leitura com relação ao mercado, especificamente nesse segmento que teve esse excesso de oferta?

E a segunda pergunta é para entender a dinâmica da inadimplência... O Milton já comentou que, tudo mais constante, parece que a inadimplência pode estabilizar no primeiro tri de 2023. Eu queria entender um pouco mais a despesa de provisão. Eu imagino que despesa de provisão talvez aumente mais um pouco aí no quarto tri... seria razoável imaginar que a despesa de provisão como percentual da carteira se manteria com pequenas variações. Como é que vocês veem essa dinâmica? Obrigado!

[Milton] Super obrigado aí pela pergunta, Rafael! Obrigado pelas considerações iniciais!

Primeiro, falando sobre mar aberto em cartão de crédito. A gente sempre fala dos benefícios da competição: mais players digitais, mais competição, certamente traz benefícios para os clientes, a experiência muda e isso faz com que o banco tenha que se reinventar todos os dias para entregar uma proposta de valor melhor, uma experiência melhor para o cliente. O fato é que somando uma série de efeitos de questões regulatórias e de questões conjunturais, a gente observou nos últimos anos, com juros muito baixos e negativo em alguns lugares, o fenômeno do capital abundante para fintechs, empresas com driver de crescimento. A gente ouvia o tempo todo: crescimento de base e CAC - esses eram os dois principais drivers. Então, o que aconteceu de lá para cá é que muitos desses players começaram as suas operações em cima do cartão de crédito. Esse era o principal produto, ou único produto naquele momento. Então, naquele momento, o que o investidor dizia? Cresça rápido, aumente sua base de clientes e reduza o seu Custo de Aquisição. Então, muitos fizeram jornadas incríveis para os clientes, mas, ao mesmo tempo, vieram crescendo com muita ênfase.

O segundo aspecto é que esse crescimento se deu de forma desequilibrada. O que que eu quero dizer com isso? Os produtos sem nenhum tipo de fee (os produtos gratuitos), com uma experiência digital muito boa, gera um desequilíbrio econômico entre o cliente e a organização. Hoje em dia é muito fácil – e foi durante esse período todo – qualquer cliente adquirir um produto de cartão de crédito pelos canais digitais sem ter

que pagar anuidade. Então, o cliente consegue ter seis ou sete cartões emitidos em um dia, com muita tranquilidade.

Como não tem custo, você põe um cartão no bolso e deixa ele lá até o dia que você precisar usar. O que a gente observa muito no mar aberto é um comportamento que gera o que a gente chama de morte súbita. O cliente tem um relacionamento monoproduto com você, só te usa naquele cartão, até o dia que ele tem dificuldade de pagar o produto. Então, o que que ele faz? Ele coloca o cartão na gaveta e vai para o próximo. Portanto, principalidade e engajamento é muito importante nessa relação. E esse é um ponto aqui central.

O terceiro elemento é que quando você criou uma artificialidade em uma tarifa de intercâmbio do pré-pago, vários negócios cresceram tendo uma receita artificial, que claramente era uma assimetria, mas uma artificialidade que compunha os lucros e perdas do modelo de negócio. O que mudou de lá para cá? Mais juros. Portanto, a principal vacina para esse tipo de excesso é os juros, e ele está vindo com ênfase no mundo todo. O investidor com muito menos apetite. Então, a correção de valores de mercado de muitas dessas empresas reflete isso. Os juros sobem e o valor presente das companhias cai. Enquanto o investidor espera rentabilidade. Para rentabilidade, você precisa ter alavancas de monetização e você precisa ter um apetite de risco de crédito adequado, porque quando você opera em um público de muito baixa renda, a principal alavanca é o crédito, porque esse cliente não tem bolso para ter outros relacionamentos com você. Então, é muito difícil o cliente fazer frente às suas obrigações num cenário de aumento de inflação e juros, porque seu poder de compra está corroído.

Então, sim, houve uma sobreoferta. Havia uma assimetria de capital relevante: o que os bancos consideravam de nível de capital para operar com esses públicos era muito maior do que as fintechs em geral. Eu sou super a favor da proporcionalidade e, de fato, você precisa classificar por tamanho. O Banco Central fez isso recentemente, mas ainda não entrou em vigor, tem ainda um *phase-in* dessa mudança. A tarifa de intercâmbio do pré-pago também gerou isso quando muitos clientes foram bancarizados no modelo de negócios que se baseava principalmente em cima dessa tarifa, que era mais do que o dobro do *cap* de tarifa regulatória, definida pelo Banco Central, para o MDR de débito.

Então, hoje, parte importante do que a gente está vendo de inadimplência tem a ver com a sobreoferta. O cliente se alavancou, é um cliente com menor educação financeira, muitas vezes com menor capacidade de tomar uma decisão de até onde ele consegue ir com seu endividamento, e o endividamento das famílias aumentou de forma muito importante. E quando a gente estratifica essa base, dá para ver que os crescimentos de baixa renda se deram basicamente em dois produtos: cartão de crédito e crédito pessoal. O crédito pessoal acaba virando uma alavanca para você tirar o cliente do cartão de crédito e dar prazo para ele pagar. Então, não deixa de ser uma renegociação forçada para você tirar o cliente de um produto e levá-lo para a carteira de crédito pessoal. Essa é uma carteira que também cresceu muito no mercado, mas parte da inadimplência vai vir no tempo, porque você levou o cliente do cartão de

crédito para o crédito pessoal. Então, tem que olhar essa dinâmica como um todo, mas acho que houve um excesso muito grande. E, portanto, as correções começam, mas demora para você fazer o ajuste na safra, de tal sorte que você afete o crescimento da carteira no tempo.

E sobre o custo do crédito, olhando para frente, a gente continua achando que vai ter uma leve expansão no indicador. Não estou antecipando o guidance, mas a gente continua acreditando que ele vai estabilizar em patamares inferiores ao que foi o pré-pandemia. No quarto tri de 2019, a gente rodava com cerca de 3,2% de índice de custo de crédito. A gente imagina que essa relação deve continuar caminhando lentamente em direção a estes patamares. Mas, de novo, tem muita incerteza, tem muitas indefinições. Vamos acompanhar e, provavelmente, no início do ano a gente vai ter muito mais segurança para passar um guidance mais robusto, linha-a-linha do banco.

[Renato] Vamos para a próxima que é do Renato Meloni, da Autônomos. Tudo bem, Renato? Bom dia!

[Renato da Autônomos] Tudo bem! Bom dia, Renato! Bom dia, Milton! Parabéns pelos resultados.

Queria saber se vocês podiam expandir um pouco mais nos ajustes que vocês estão fazendo na concessão de crédito. Por exemplo, quanto que foi feito de corte nos limites, quanto que pode ter caído as aprovações, e, especialmente, se isso continua para o ano que vem, ou se a gente já está basicamente no nível correto para o cenário?

[Milton] Olha, Renato, primeiro, eu acho que os ajustes necessários foram feitos. Evidentemente, sempre tem espaço na margem, e é uma agenda dinâmica. Até em cenários de mais calma, o ajuste é feito na medida em que tem pontos novos de observação, histórico das safras, como é que elas vêm performando. A gente retroalimenta o modelo e sempre tem uma visão prospectiva. Lembrando que o banco opera com modelo de perda esperada já há muito tempo, então os nossos modelos não só olham qual que é a expectativa de *bad rate* desse cliente no tempo, mas qual é o cenário macro prospectivo. Então, tem variável macro, além de várias outras. Eu diria que os cortes, sobretudo no mar aberto, foram bastante relevantes, mas não é só por canal. A gente fez ajustes relevantes no que a gente chama de rendas mais baixas, que são os que estão sendo mais impactados durante esse processo. Então, essa é uma decisão que já foi tomada há bastante tempo, e a gente vem gerenciando dessa forma. A gente reduziu em praticamente dez pontos percentuais, o nosso share nesse público no período, só para dar uma ideia da relevância do ajuste que a gente fez. E a gente cresceu em públicos que têm um nível de risco melhor, dado a renda, e que estão sofrendo menos nesse ciclo. E tem a questão de produtos mais garantidos também: a gente cresceu bastante os produtos garantidos, aumentando em cinco pontos percentuais a penetração desses produtos no portfólio como um todo.

Então, eu diria que para aquilo que a gente vê e com as informações que a gente tem hoje, os ajustes foram feitos. Olhando para frente, sempre pode haver um ajuste novo adicional, mas grandes cortes já foram feitos. Eu falava agora há pouco de cortes na produção de veículos de maneira muito relevante. Na carteira de cartões, a gente

cortou 90% no mar aberto, o que dá uma dimensão do tamanho do ajuste. Qualquer que seja o volume, 90% de ajuste mostra o quanto a gente está vendo as safras com muito mais volatilidade, descolando do ponto do apetite, e aqui a gente faz ajustes. O ponto central é que a gente é muito rápido e dinâmico: interpretamos o dado, e, se tem desvio, a gente atua cirurgicamente. Os nossos modelos permitem isso.

[Renato] Para a próxima pergunta, Milton, que vem do Tito Labarta, do Goldman Sachs. Oi, Tito, bom te ver! Obrigado pela presença!

[Tito] Olá, Renato!

Obrigado pelo convite e por aceitarem a minha pergunta. A minha pergunta é sobre o capital, mas mais especificamente dado ambiente político macroeconômico. Você mencionou CET1 11,5%-12%, levando em conta o cenário que vamos enfrentar, vocês acham que será necessário um capital maior? A qualidade do crédito está deteriorando, há incerteza sobre a situação fiscal no Brasil, um potencial de maior uso dos bancos públicos renegociando algumas dívidas... existe algo que você possa antecipar do que você tem ouvido dos possíveis programas de governo que possa fazer com que vocês sejam mais cautelosos e segurem mais capital?

[Milton] Ok, Tito. Muito obrigado. Então, voltando para o que definimos para nosso apetite de risco: 13,5% de capital Nível I. É isso que usamos para a política de dividendos do banco. Naquela época, se você lembrar, o maior impacto que poderíamos ter no nosso capital estava relacionado à variação cambial, à desvalorização do Real. E por que isso? Porque nós temos uma carteira gigantesca, não só em outras moedas na carteira do Brasil, mas também nos bancos que temos no exterior, especialmente na América Latina. Então, é preciso levar isso em consideração. Há um segundo grande impacto decorrente da estratégia de *overhedge* em que sempre que houvesse depreciação do Real, geraríamos crédito fiscal e isso teria um enorme impacto em nosso capital. E agora, não tem mais *overhedge*. Então, não há receita, mas não há risco para o capital.

Adicionalmente, em dezembro do ano passado, implementamos com sucesso o hedge do nosso índice de capital. Isso significa que há um custo de R\$ 500 milhões por trimestre, mas, quando olhamos o ano como um todo, não há volatilidade devido à variação cambial. A eficiência da nossa estratégia de hedge do capital tem sido perfeita, o que é ótima notícia. Isso significa que o colchão de liquidez que tínhamos para esse tipo de volatilidade pode agora ser usado para outras incertezas que possamos encontrar no futuro. Fazemos stress-test em nosso balanço toda hora, e vemos que temos um capital bastante confortável e que nosso apetite está muito bem definido, com 11,5% de CET1 e 1,5% de AT1. Então, estamos confiantes, acho que temos um colchão confortável. Não temos mais risco cambial. Devemos aumentar nosso capital. Há aspectos positivos e negativos, como eu estava dizendo agora há pouco. Temos as mudanças nas regras de Basileia do crédito, que talvez tenha um impacto positivo em nosso capital. Tem o risco operacional que deve atingir negativamente o banco, mas isso deve ocorrer em 2024. Estamos ainda esperando algumas autorizações de investimento em algumas empresas que devem impactar o capital, mas, no fim das

contas, estamos confortáveis na capacidade de continuar aumentando nosso capital, mas ainda com um bom buffer, bem maior que as exigências regulatórias. Achamos que ainda é cedo para dizer o que irá acontecer no cenário econômico, ainda vemos um mercado muito volátil, ontem foi um ótimo exemplo disso, mas, ainda assim, continuamos esperando novas repercussões para entender quais são os riscos que veremos à frente. Mas temos um capital muito confortável e estamos bem com isso.

[Renato] Obrigado, Milton! E a próxima pergunta é a do Jason Molly. Jason, bom te ver.

[Jason] Bom dia, Milton, Renato e a todos! Primeiro, gostaria de dar os parabéns pelos ótimos resultados. Itaú Unibanco está elevando a barra em um ambiente muito desafiador, na minha opinião. A maioria das minhas dúvidas sobre desempenho operacional já foram respondidas, então me deixa perguntar o seguinte: no MD&A, você começou afirmando que a agenda de transformação cultural e digital continua a evoluir. E você continuou a apresentar resultados fortes de digitalização e satisfação dos clientes por meio do NPS. Você pode recapitular e nos atualizar a respeito de como a transformação cultural está evoluindo? Que desafios vocês tiveram e como os enfrentaram? Acho que isso diferencia o Itaú Unibanco.

[Milton] Ótimo! Muito bom te ver, Jason. Muito obrigado pelos elogios! É um prazer ter você aqui conosco hoje.

Alguém me perguntou outro dia quanto do meu tempo eu gastava com a transformação cultural, e eu respondi que 120%. E por que isso? Porque a transformação cultural é algo que vem de cima para baixo e precisamos pôr em prática todo dia. Cada decisão, cada promoção, cada discussão, a cada momento, é preciso ser coerente com o próprio discurso, com a nova cultura. No ano passado, nós trabalhamos muito para definir essa nova cultura e discutimos internamente com muitas pessoas do banco. 90% dos nossos colaboradores em uma pesquisa com mais de 4 mil pessoas disseram que esperavam transformações digitais e culturais significativas. Ainda temos um terreno muito fértil para investir. Começamos a discutir no Comitê Executivo e com o Conselho sobre as manobras possíveis para pôr em prática, e fomos ousados. Acreditamos que há muitas coisas boas na nossa cultura que nunca mudam: o pensamento ético, o pensar no cliente, na rentabilidade, no desempenho sustentável... essas coisas não mudarão nos próximos anos. Mas ainda precisamos modificar coisas importantes em nossa cultura. Então, foi o que fizemos. Temos criado muitos workshops internos, em que discutimos com todos os gerentes, até o Comitê Executivo. Só para você ter uma ideia, participei de quatro workshops com a diretoria, em que tivemos discussões muito profundas sobre a nova cultura, porque precisamos ter em mente que a mudança começa conosco. Antes de sairmos dizendo que as pessoas devem começar a fazer isso ou aquilo, precisamos ter certeza de que estamos fazendo a coisa certa. E é isso que estamos discutindo no Comitê Executivo para garantir que estamos sendo um bom exemplo de comportamento. Os sócios do banco são exemplo. Os diretores do banco são o exemplo. Mas nós precisamos de treinamento. Precisamos ter a mente aberta para compreender que as coisas estão mudando e precisamos fazer as coisas de outro jeito. Então, é nisso que temos trabalhado. Temos feito muitos workshops. Temos equipes dedicadas à transformação cultural. E como podemos

mensurar a cultura? Não é só através de workshops ou capacidade de fazer coisas. Tivemos grandes mudanças no banco. Não há mais títulos. Sempre disse que isso não é uma informação relevante. Temos apenas diretores. Não temos diretor, diretor executivo, vice-presidente executivo. Somos todos diretores. Isso nos dá muita flexibilidade quando precisamos alocar pessoal, porque podemos dar atribuições, mandato, metas, e é isso. E tem a remuneração e nada além disso. Aumentamos o nosso programa de sócios. Costumávamos ter dois níveis, o sócio e o associado. Não usamos mais esses nomes. Temos sócios. E todos eles são sócios. Temos 450 posições de sócios vindo de 195, então, mais que dobramos o que tínhamos há um ano atrás. A camada executiva que tínhamos, não temos mais. Então, há muito mais autonomia, prestação de contas, muito mais velocidade, agilidade... o que levamos muito em consideração. Mas sem nunca esquecer o que nos trouxe aqui: a ética, a capacidade de assumir riscos ao administrar o banco, o desempenho sustentável no longo prazo e o cliente, que é algo que estamos constantemente aprimorando. Então, essa é a agenda que aprimoramos.

E também, o novo método que estamos trabalhando é importante para a nova cultura. Estamos muito avançados na transformação digital. Se você tem um jeito de trabalhar que está otimizado para agilidade e você tem a cultura certa, qual é o resultado? O NPS. Então, no fim das contas, os clientes devem ficar mais satisfeitos. Então, eu meço a transformação cultural pelo e-NPS (Employee Net Promoter Score). Só para vocês terem uma ideia, nós atingimos 83 pontos no eNPS. Somos o melhor lugar para trabalhar no Brasil, não só no sistema financeiro, mas considerando todas as empresas. Então, número 1 nos melhores lugares para se trabalhar. Esse é um feedback muito positivo que recebemos da nossa equipe. Mas o mais importante é ter funcionários felizes, pois você terá clientes felizes se trabalhar no rumo certo. E o NPS do banco está atingindo o seu ápice, quando consideramos sua variação histórica.

Então, estamos certos de que caminhamos na direção certa, no ritmo certo, seguindo em frente, mas ainda há desafios. Não se transforma ovelhas em lobos em dois ou três meses. Também estamos trazendo uma nova cultura para o banco o tempo todo. Então, precisamos trabalhar e ter em mente que não sabemos tudo. Precisamos levar a competição a sério, e olhar o mercado e entender o que estamos fazendo, o que podemos melhorar, e precisamos trazer talentos para o banco. Então, é em direção a esse processo que estamos caminhando, e estamos satisfeitos com a evolução até aqui. Mas, por outro lado, diria que só trilhamos 15% ou 20% da jornada, então ainda precisamos trabalhar muito nessa frente.

[Renato] Obrigado, Milton! Obrigado, Jason! E já emendando a próxima, com o Rosman, do BTG. Tudo bem, Rosman? Bom dia!

[Rosman] Opa! Fala, Renato. Tudo bom? Oi, Milton! Acho que muitos investidores estão surpresos com a diferença dos resultados do Itaú para os pares privados, Bradesco e Santander. Mais uma vez falou da importância dessa transformação digital e cultural. Você vem falando disso desde que assumiu como CEO. O quanto você acha que a diferença de performance para os seus pares pode ser explicada por questões mais cíclicas como o perfil de cliente que o banco opera e o quanto que pode ser explicado

por essa transformação? Acho que aí seria talvez a parte mais estrutural. Eu não estou esperando um número preciso, mas tentando qualificar um pouco o quanto você acha que já dá pra ver de resultado da transformação cultural, e se isso, de certa forma, continua e pode significar um gap de retorno e crescimento maior do Itaú para os seus pares nos próximos anos. Obrigado!

[Milton] Bom, Rosman, prazer em revê-lo aqui. Obrigado pela pergunta!

Antes de responder, gostaria de dizer que eu tenho um respeito enorme pelos nossos concorrentes. Como eu sempre digo, o Itaú é o que é porque o Bradesco existe, porque o Santander existe, porque o Banco do Brasil existe. Todos os concorrentes têm um valor enorme, têm feito coisas incríveis ao longo dos anos e são jornadas de longo prazo. Não dá para olhar uma janela de um trimestre ou um ano, a gente tem que olhar janelas longas.

Talvez eu deva falar um pouco mais do banco. Eu não quero fazer comparações relativas. Eu acho que vocês têm dados, informações e capacidade de chegar às suas próprias conclusões. Eu queria falar um pouco do porquê eu acho que a gente está tendo uma performance sustentável, previsível e de qualidade. E eu acho que não tem uma resposta única. Eu não posso atribuir isso exclusivamente a um elemento ou outro elemento. Eu acho que tem uma série de fatores. Tem fatores conjunturais, tem fatores pontuais, tem fatores de longo prazo, tem de tudo. Então, eu vou tentar voltar um pouco no tempo para te falar de algumas fortalezas que eu acredito que o banco tenha. Primeiro, o fato de a gente ser um banco universal forte tem um diferencial muito importante na qualidade dos nossos resultados. O que eu quero dizer com isso? Se você olhar em todos os negócios onde a gente se propõe a competir, a gente tem tido performance destacada. Seja no varejo, onde a gente tem uma participação muito relevante, seja na América Latina, em que a gente tem feito um ótimo *catch-up*, que também tem resultados importantes. Quando a gente olha para o mundo do atacado, a gente tem conseguido performar com bastante destaque em crédito, no agro, no cash, em serviços, produtos, mesas, distribuição, sales. A gente tem tido performances muito destacadas. No mundo de banco de investimento, se você olhar os rankings, e vocês acompanham isso muito de perto, a gente consegue brigar pela liderança de todos os rankings, sejam eles de renda fixa, renda variável, M&A, e não foram decisões que foram tomadas agora. Acho que a gente vem fortalecendo essas franquias há muitos anos, desde que nasceu o Itaú BBA, lá em 2003, em que a gente resolveu dar um foco enorme para o mundo do atacado. De lá para cá, o que a gente vê são evoluções consistentes e constantes da nossa operação. Então, hoje a gente colhe frutos de investimentos feitos em 2005. É evidente que tem a ver com capital humano, com a cultura, com essa visão Cliente. Mas a gente colhe frutos de decisões estruturais e de longo prazo. Eu costumo dizer que o banco é uma evolução. São 98 anos de história e o banco sempre evoluiu e foi capaz de se reinventar em momentos de maior dificuldade ou de abundância, ou ciclos mais curtos. Acho que tem uma questão estrutural muito importante.

Quando a gente olha a nossa rentabilidade no banco de atacado, é importante recortar. Eu tô falando da operação da América Latina, da tesouraria, que tem um papel muito

importante nesses resultados. E tesouraria Global Market, eu não estou falando exclusivamente da mesa de trading, que também tem um papel superimportante, mas o banco vem conseguindo navegar muito bem diante de cenários adversos. Basta ver o que aconteceu com a taxa de juros, e a gente continua entregando resultados saudáveis na margem com o mercado, seja no banking, que é a nossa capacidade de gestão dinâmica, de fazer hedge de posições, de escolher o momento, de desfazer um hedge, de ficar mais direcional numa posição ou outra. Então, trading vindo muito bem, banking vindo muito bem, apesar dos desafios de aumento de taxa de juros, o RAR dessas posições, naturalmente, fica mais pressionado. A gente tinha alavancas ano passado que a gente não tem agora, por exemplo, overhedge. Então, quando você olha a nossa asset, a gente tem tido um ano fantástico, performances fees muito fortes. A gente falava agora há pouco do efeito contábil do segundo e do quarto tri, que fala da qualidade e capacidade de gestão que a gente tem tido. O nosso Private é líder de mercado, e cresce com qualidade, com o NPS nas máximas históricas, tendo clientes mais felizes e satisfeitos. Naturalmente, esse é um ciclo virtuoso, em que a gente consegue aumentar a rentabilidade do banco como um todo. Então, eu diria que não tem uma resposta. A transformação cultural é evidente que ajuda. A transformação digital é uma condição necessária, ela não é suficiente. Não basta você fazer a transformação digital se você não tiver a cultura correta, se você não entender o cliente da forma certa, se você não tiver agilidade, capacidade de reagir às necessidades. Quando a gente olha no mundo do atacado e olha todos os negócios, a gente tem tido máximas históricas de performance, e no varejo é uma operação também muito completa. Então, a gente olha os vários negócios. O banco de varejo tendo uma performance muito sólida. Isso tem a ver com qualidade do time, com a qualidade das decisões que a gente tem tomado, com as transformações que o banco tem feito, se antecipando a movimentos, tem a ver com a digitalização que a gente tem feito. Então, empresas do varejo performando muito bem, pessoa física no varejo performando muito bem, o negócio de seguros, que, para nós, era um gap, a gente continuou dando muito foco e o negócio de seguros vem crescendo de forma relevante. Nossa expectativa é dobrar esse negócio em um horizonte razoável de tempo, dobrar do que a gente observava no ano passado, e a gente vem vindo em um ritmo adequado pra isso. Os nossos monoliners cresceram com qualidade. Ajustes recentes foram feitos, quando a gente fala de veículo ou outro portfólio, mas imobiliário cresceu muito. E o negócio de cartões sempre foi muito grande para o banco. E ele é um portfólio volátil. A gente não pode crucificar o portfólio porque a gente já viu ciclos mais agudos no passado em que isso acontece.

Então, se eu tivesse que te dar uma resposta, acho que é um conjunto de fatores: o fato de a gente ser um banco universal robusto, com a competitividade e liderança, e a visão Cliente muito forte tem permitido com que a gente navegue muito bem em cenários mais desafiadores.

[Renato] Milton, temos aqui Jorge Kuri, do Morgan Stanley. Olá, Jorge! Muito obrigado por comparecer, é bom te ver!

[Jorge] Muito obrigado, um oi para todo mundo e parabéns pelos ótimos resultados.

Minha pergunta é sobre a eficiência operacional. Acho que vocês não falaram muito sobre isso, mas creio que é um grande impulsionador dos seus resultados. Então, vocês foram de um coeficiente de despesas/ativos de 3,7% há cinco anos atrás para 2,7% hoje. Eu olho para esse coeficiente para limpar a volatilidade do NII com a volatilidade de taxa. Se pensarmos sobre a relação de custo/receita, vocês têm 40%. Quanto mais vocês acham que conseguem entregar nos próximos três ou cinco anos? Veremos mais redução no coeficiente de despesas/ativos nos próximos cinco anos? O banco consegue chegar a um coeficiente de despesas/ativos de 1,7%? O banco pode chegar a 30% de relação custo/receita? E o que é preciso para chegar lá?

[Milton] Ok, Jorge. Muito obrigado pelos seus comentários!

Nós gostamos de prometer pouco e entregar muito. Em eficiência, nós estamos fazendo isso há um tempo já. Minha visão é que, como o nome diz, é uma taxa de eficiência. Então, olhamos para os custos, mas também olhamos para as receitas. Então, depende muito do cenário. Nós estamos em um momento muito favorável agora, estamos no nível mais baixo do ano. Então, ainda há muito trabalho que podemos fazer. Nós podemos crescer o banco e manter os custos controlados.

O outro ponto que eu queria destacar é que estamos investindo bastante no futuro do banco. Sobre os gastos, é muito fácil cortar assumindo que você não invista no crescimento do negócio, mas é uma decisão errada. Se você fizer isso, você terá custo melhor no próximo trimestre, mas você não terá uma boa franquia no longo prazo. Então, nossa decisão aqui é baseada no longo prazo, mesmo que tenhamos que investir, nós faremos isso, porque essa é a nossa maneira de fazer o banco crescer mais, de expandir o negócio.

A minha visão é que ainda temos espaço para manter a agenda de eficiência. Nós estamos sempre discutindo custos, você tem que discutir isso todos os dias. Isso é parte da nossa agenda estratégica, e estamos muito focados nisso. Na minha visão, ainda temos espaço para crescer, estamos fazendo investimentos. Mas o mais importante é que o nível da taxa de eficiência que temos hoje é uma referência internacional para um banco global como o nosso. Então, estamos muito felizes, mas não satisfeitos. Eu acho que fizemos bem até agora, mas temos espaço para fazer mais. E faremos, dependendo de muitas decisões que tomaremos nos próximos trimestres. Depende do cenário, depende da capacidade das receitas, existem muitas coisas a serem feitas. Eu não posso te dar um número, mas posso te dizer que temos espaço para fazer mais, e eu acho que o fato de termos crescido apenas 0,9% os custos core no trimestre é um sinal de que estamos indo bem, muito abaixo da inflação. Nós continuaremos investindo no banco e continuaremos entregando custos core baixos. Essa é nosso mantra, essa é a agenda.

[Jorge] Obrigado.

[Milton] Muito obrigado, Jorge. Bom te ver.

[Renato] Milton, está aqui com a gente o Matheus Amaral, do Banco Inter. Tudo bem, Mateus? Bem-vindo!

[Mateus] Oi pessoal, bom dia! Primeiramente, parabéns pelos resultados.

A minha pergunta é sobre o cartão de crédito. Vocês têm demonstrado uma elevação no rotativo e créditos vencidos desde setembro de 2021. Queria entender com vocês qual que é o nível que vocês consideram saudável para esse ratio? Existe algum plano de ação para reduzir isso? Obrigado!

[Milton] Matheus, obrigado! Prazer em tê-lo com a gente!

Bom, a gente precisa olhar o filme e não olhar um trimestre isolado. O que aconteceu foi que, com todo o Lockdown, houve menos consumo, menos gastos, faturas menores e índices de pagamento maiores. Isso fez com que a nossa carteira de cartão caísse de forma importante. Por outro lado, lembrando que dos nossos R\$ 128 bi de portfólio, R\$ 102 bi é a carteira sem juros e a carteira com juros é de R\$ 26 bi. Então, a gente viu uma redução durante o período da pandemia e uma retomada da propensão. É evidente que com mais inadimplência em alguns portfólios, sobretudo no mar aberto, antes do cliente inadimplir, ele tende a passar por produtos com juros. Então, ele vai para um parcelamento de fatura ou ele faz um acordo em fatura, e aí tem uma tendência. Então, parte da inadimplência passa por isso. A gente tem feito uma série de ações, como eu dizia agora há pouco, de redução na margem do portfólio instalado, mas o banco tem capacidade de ser bastante ativo na gestão dos limites dos nossos clientes. E a gente tem procurado fazer isso, seja para os clientes que estão “sobreatendidos”, que têm efeitos e benefícios de capital, seja para os clientes que, de fato, estão dando sinais de maior dificuldade. Faz parte da gestão ativa do banco fazer ajustes cuidando do cliente, comunicando com qualidade e explicando a razão, mas fazendo os ajustes necessários. Então, tem diversas iniciativas, desde ajuste na safra, ajuste nas concessões, redução de limites de forma estrutural, e tentando entender exatamente até onde esses portfólios vão. Então, quando eu falo das projeções de aumento da inadimplência da pessoa física, o grande ofensor foi o negócio de cartões. Então, quando eu falo que a gente espera uma estabilização, de novo, com as informações de hoje, é porque esse portfólio também tende a estabilizar em algum momento e a gente está trabalhando duro para isso. Ele está contido dentro do universo de pessoa física.

[Mateus] Obrigado, Milton!

[Milton] Obrigado você, Matheus!

[Renato] Já emendando na próxima, está aqui com a gente o Henrique Navarro, do Santander. Tudo bem, Henrique? Bom dia! Obrigado pela presença!

[Henrique] Tudo bom, pessoal? Parabéns pelo resultado!

A minha pergunta sobre o índice de cobertura. Imaginando o ano de 2023, onde o risco da carteira deve ser menor, com o histórico de vocês que tem sido de cobertura mais próxima de 200%, considerando o critério de provisionamento de vocês e também imaginando um ano de 2023 com algum tipo de risco regulatório, talvez em termos de impostos sobre dividendos ou mesmo aumento de impostos de maneira geral, onde talvez o banco estivesse mais interessado em antecipar lucro. Considerando essas hipóteses, dá para a gente trabalhar com algo próximo de 200%, ou seja, uma redução

no índice de cobertura para o ano de 2023? E essas premissas que eu mencionei, alguma delas não faz sentido? Se vocês puderem comentar, eu agradeço. Obrigado!

[Milton] Tá ótimo, Henrique, obrigado! Prazer em revê-lo aqui. Obrigado aí pelos cumprimentos do resultado.

Eu acho razoável imaginar uma certa estabilização ao longo do tempo. O banco não é gerido pelo índice de cobertura. O banco opera com o modelo de perda esperada, então a gente está sempre antecipando através dos nossos modelos. O índice de cobertura é uma consequência das decisões que são tomadas, mas é um bom indicador. Então, eu acho que o banco deve continuar com o índice de cobertura razoável ao longo do período. Quando eu olho para o varejo, a gente vem consumindo cobertura, mas ainda em patamares acima do que foi de dezembro 2015 a 2019. Então, a gente vem operando aí, como eu falava agora há pouco, 20 bps acima do que a gente operou entre 2015 a 2019, o que é muito boa notícia. A gente vem conseguindo manter uma carteira bem coberta. E tem um elemento dessa carteira, dessa cobertura, que tem que ser levado em consideração com bastante cuidado, que é a carteira do atacado. A carteira do atacado é uma carteira de eventos. E o que eu quero dizer com eventos? O índice de cobertura não é necessariamente uma excelente métrica para a carteira do atacado. Eu gosto muito mais de cobertura de provisões sobre carteira total. Tem outros indicadores para olhar. Então, qualquer evento de algo que já está provisionado por perda esperada e que a gente já está provisionado, ele leva junto a cobertura. Então, precisa separar bem, tem que olhar varejo isoladamente, índice de cobertura do atacado vai ter volatilidade, é pra ter. Esse cliente antes de entrar em atraso, possivelmente está numa reestruturação. Quando ele entra em atraso, provavelmente já é uma situação de stress mais forte e, portanto, ele já leva junto a provisão. Então, acho razoável imaginar que a gente vai manter bons níveis de cobertura. Tem desafios olhando para frente, mas o banco está bem protegido. A gente vem conseguindo navegar com um nível de folga. Se você olhar a nossa relação de cobertura complementar contra provisões regulatórias te dá uma boa noção do nível de proteção que o balanço tem. Isso está refletido, naturalmente, no índice de cobertura do banco.

Então, não vou te dar um número de índice de cobertura porque a gente não projeta dessa forma, mas acho razoável imaginar uma certa estabilização, sobretudo no índice de cobertura total. O do varejo ainda é esperado que haja algum consumo ao longo do tempo, porque a gente tem observado um aumento nos NPLs. E lembrando que ainda que a gente provisione um pouco acima do NPL Formation, você está lutando contra um indicador de 200. Então, toda vez que você, na margem, faz isso, você leva o seu indicador para um patamar um pouco mais baixo.

[Renato] Obrigado. Milton, já estamos aqui com o Marcelo Telles, do Credit Suisse. Tudo bem, Marcelo? Bom dia!

[Marcelo] Bom, primeiramente, parabéns, Milton, pelo resultado. Claramente coloca o Itaú em outro patamar em relação aos demais bancos. Então, é realmente impressionante.

A maior parte das minhas perguntas já foram respondidas. Mas, dado que vocês são mega importantes no setor de cartão de crédito, como é que vocês veem o crescimento do PIX? Se vocês acham que o PIX poderia substituir ou ser uma ameaça ao negócio de cartão de crédito de vocês? A gente vê realmente um aumento do uso do PIX no P2B, e seria legal ouvir de você, Milton, qual é a visão que vocês têm sobre isso? E o que o Itaú está fazendo para poder também capturar parte dessa cadeia de valor? Obrigado!

[Milton] Tá ótimo, Marcelo. Obrigado pelos comentários.

Bom, primeiro eu diria o seguinte: a gente foi *all in* no PIX. A gente já não cobrava as tarifas de transferências internas no banco. Então, o cliente para transferir de uma conta Itaú para outra, ele sempre teve liberdade de fazer, nunca teve custo, e o serviço já era 24/7 para o correntista do Itaú, quando ele fazia uma transferência para outro correntista do Itaú. O PIX trouxe isso de forma universal. Então, logo que saiu a discussão do PIX, a nossa decisão foi colocar o PIX na frente de qualquer produto: se isso é bom para o cliente e traz uma experiência melhor, 24/7. Tivemos um impacto natural em receita, mas como a nossa agenda e a nossa cultura é o nosso foco no cliente, o melhor produto é o que traz de fato um nível de experiência e principalidade com o cliente. Então, essa foi a primeira decisão. De lá para cá, a gente vem trabalhando com muita ênfase. Então, a gente acompanha a evolução do PIX no pagamento, no recebimento, como é que ele está, que tipo de meio de pagamento ele está deslocando, e a gente vem conseguindo manter um bom nível de *market share*, sobretudo em volume transacionado, em que a gente tem nas duas pontas, tanto no recebimento como no pagamento, ordens de magnitude de 20% de *market share*, que são números bem relevantes, dado o nosso tamanho e importância. A gente também vem olhando para os pacotes de conta corrente dos clientes e cuidando muito da *suitability* dos clientes. Se ele tem um pacote com determinado nível de oferta, mas ele não está usando e não está fazendo valer aquilo que ele contratou, a gente tem feito os ajustes, justamente para colocar o PIX e garantir que esse cliente está tendo melhor experiência no preço certo, visão cliente, visão de longo prazo. Então, essa é a jornada que a gente tem observado. Eu sei que o Banco Central tem um roadmap para o PIX e tem uma série de potenciais produtos. O PIX P2P foi o que cresceu mais rápido, o B2B ainda anda numa velocidade diferente, então ainda tem evoluções para serem capturadas. E ainda tem todas as evoluções. Nós mesmos, no sandbox do Banco Central, temos tentativas de iniciativas, o PIX crédito, que em alguma medida substitui o modelo de quatro pontas. Se bem-feito, ele pode ser um complemento ao modelo de pagamentos no Brasil. Então, na nossa visão, é difícil dizer hoje exatamente o que vai ser o PIX e suas evoluções olhando para frente. O fato é que qualquer que seja a evolução, para qualquer caminho que ele vá, o banco vai tê-lo de forma muito relevante. Nunca houve, nem do Itaú, nem de nenhum outro banco, qualquer tipo de retaliação ou de tentativa de não fazer o PIX dar certo. Aliás, o PIX só deu certo e é o sucesso que é pelo engajamento de todos os bancos no sistema, porque o nível de investimento nas plataformas é enorme. E tudo isso foi feito por todos os bancos. Essa interoperabilidade só funciona por essa razão. Então, a gente está bastante satisfeito com os avanços, e se o PIX vier para, de uma certa forma, ser disruptivo a outros modelos de negócio, outros meios de pagamento,

a gente vai estar na vanguarda disso. Se é bom para o cliente, é bom para o banco, é bom para o longo prazo.

[Marcelo] Perfeito. Obrigado, Milton.

[Milton] Obrigado você.

[Marcelo] Parabéns mais uma vez.

[Milton] Obrigado.

[Renato] Milton, temos conosco Nicholas Rivas, do Bank of America. Olá, Nicolas, bom te ver!

[Nicholas] Bom te ver, Renato. E muito obrigado, Renato e Milton, pela oportunidade de fazer perguntas. Vou perguntar sobre AT1 e as notas subordinadas perpétuas. Há algumas semanas você disse que não vai exercer a opção de resgate em dezembro das notas subordinadas perpétuas com taxa de 6,125%, e que a decisão foi econômica. A diferença de *reset* de cupons agora está em cerca de 8% no custo de refinanciamento, mas você pode exercer o resgate a cada seis meses, e você disse que vai continuar monitorando o mercado. Então, minha pergunta é: existe algum tipo de prêmio nos termos de reset de cupons versus o custo de refinanciamento que você estaria disposto a pagar para exercer o resgate, por exemplo, 50 bps, 100 bps, ou algo nesse sentido? Nós temos visto alguns bancos brasileiros acessando o mercado local recentemente. O Banco do Brasil no terceiro trimestre emitiu R\$2,3 bilhões em *private placement*. Então, minha pergunta é: o quanto você poderia emitir no mercado local com AT1 para refinar algumas das notas subordinadas perpétuas internacionais? E finalmente, sobre capital, só voltando a pergunta do Tito Labarta, sobre capital, eu só quero garantir que entendi corretamente. Se suas metas internas continuam em 13,5% Tier 1, sendo 12% CET1 e 1,5% AT1 e se a tomada de decisão sobre os dividendos é baseada nessas metas? Obrigado.

[Milton] Certo. Nicholas, bom te ver novamente. Obrigado pelas perguntas.

Deixe eu começar falando sobre o AT1. Como você disse, nós indicamos formalmente para o mercado que não faríamos o resgate das notas subordinadas perpétuas. A diferença de reprecificação está muito relevante, é mais de 200bps. Então, não faria nenhum sentido econômico fazer esse resgate. Essa foi a decisão que tomamos, e eu acho que fomos bem transparentes, não só ao comunicar antes da data, mas bem antes disso em interações com os investidores. A segunda coisa é que não definimos um nível de prêmio para o resgate, mas eu diria que com 50 bps, nós discutiríamos, mas não seria automático. Nós vamos avaliar as alternativas que temos, não apenas offshore, mas também localmente.

E voltando para o seu segundo comentário, nós também emitimos no mercado local, do mesmo jeito que o Banco do Brasil. Mas não é um mercado profundo onde podemos refinar o AT1 que temos no exterior. Podemos fazer até um certo montante, e é muito competitivo em termos de preço, mesmo swapando para USD, mas nós não temos o mesmo tamanho de mercado do mercado internacional. Precisamos entender

o tamanho, precisamos entender o preço, mas eu diria que, com 50 bps, nós iríamos discutir quais são os benefícios de fazer o resgate. Mas, além disso, é muito difícil exercer o resgate, então não parece ser o cenário base o resgate no curto prazo. Nós ainda temos resgates em março de 2023, e vamos seguir a mesma estratégia.

Sobre o capital, deixe-me ser claro nisso. Nosso apetite de risco, definido no Conselho de Administração do banco, é que nós devemos ter 11,5% de CET1, e é por isso que estamos 20 bps acima, e 13,0% de capital Nível I. Esse é o apetite de risco definido. Para dividendos, ainda estamos observando a mesma política que aprovamos de 13,5% de capital nível I. Abaixo disso, não deveremos discutir nenhum pagamento extra de dividendos, apesar do apetite de risco do banco, ser de 11,5% CET1 e 1,5% AT1, ou seja, 13,0% de capital Nível I.

[Nicholas] Obrigado, Milton. Posso fazer uma segunda pergunta? No seu comentário sobre 50 bps, basicamente, o que você está dizendo é que com as taxas atuais você não pensa que seria possível emitir notas subordinadas perpétuas abaixo de 8,5%, então você não faria o resgate das notas atuais.

[Milton] Sim. A questão é que vamos olhar para o preço. Se tiver uma diferença de 50 bps mais cara, nós teremos discussões. Mas, novamente, a decisão será feita numa base econômica. Eu não estou dizendo que se tiver em 50bps, nós faremos o resgate. Eu diria que, se eu tivesse que tomar a decisão hoje, eu não faria o resgate, porque nós discutiríamos numa base econômica, mas acima disso nós não estaríamos nem discutindo. Então, só para te dar uma boa ideia, você tem que comparar o nível de reprecificação do AT1 que temos com o prêmio de uma nova. Então, essa diferença seria os 50 bps que eu mencionei.

[Renato] Obrigado, Milton. E já estamos chegando no final. E a última pergunta veio por WhatsApp, do Rafael Reis, do Banco do Brasil, que não conseguiu conectar com a gente. Então, eu vou ler a pergunta aqui do Rafael. “A gente percebeu uma desaceleração nos negócios de emissões de cartões através de uma apresentação da ABECS. Em paralelo, a indústria toda tem visto a alta forte de inadimplência em cartões e crédito ao consumo. Vocês pretendem tomar alguma medida mais dura para desacelerar crédito nos segmentos, como revisão de limites, etc?”

[Milton] Bom, primeiro super obrigado pela pergunta e pena que você não conseguiu entrar com a gente aqui por vídeo. Mas enfim, volta um pouco para a resposta que eu dava agora há pouco. Eu acho que a gente fez ajustes relevantes, o mercado todo está sofrendo, então os ajustes acontecem *across the board*, não é algo específico do Itaú Unibanco. Mas, obviamente, as medidas que forem necessárias serão feitas, e a gente tem tomado as medidas necessárias, como eu dizia, não só na revisão dos limites, como no ajuste na concessão. Agora, tem oportunidade. Então, é importante dizer que toda vez que você está diante de uma situação como essa, a gente precisa separar onde é que a gente quer de fato fazer um de-risking do portfólio e onde tem oportunidade para a gente continuar crescendo e investindo na franquia, até porque o produto cartão de crédito é muito transacional, é o dia a dia do cliente com o banco. Então, imaginar uma relação duradoura e de longo prazo sem esse produto não faz muito

sentido. Então, tem a oportunidade que a gente continua aproveitando, mas onde for necessário, ajustes serão feitos. Então, não é à toa que você tem visto essa desaceleração do mercado. A sensação que eu tenho, vendo os dados de mercado, é que estão todos fazendo ajustes relevantes na concessão.

[Renato] Obrigado, Milton. E com isso, a gente termina a seção de Q&A e também a nossa videoconferência de resultados do terceiro trimestre de 2022. Agradeço a todos aqui pela presença, e passo a palavra ao Milton para as considerações finais.

[Milton] Tá ótimo, Renato. Primeiro, agradeço a você pela condução. Queria agradecer a todos pela participação e presença aqui no nosso evento. Para nós é realmente um prazer poder dividir com o nível de transparência máxima informações qualitativas e quantitativas. É sempre um prazer receber aqui as perguntas, as provocações são sempre bem-vindas. E dizer que, de novo, a gente está diante de cenários desafiadores. Acho que não preciso dizer isso para vocês. Vocês estão no mercado, conhecem. E olhando para frente, os desafios estão aí colocados. Então, o banco vai continuar operando com a cautela devida, com os cuidados devidos, fazendo ajustes que sejam necessários, porque o nosso objetivo é criar valor no longo prazo, previsibilidade e sustentabilidade. Essa é a nossa agenda, e é para isso que a gente se prepara e trabalha todos os dias.

Então, mais uma vez, obrigado aí pela presença. Agradeço os vários comentários, e dizer que aqui do nosso lado, pé no chão, muita humildade, muito respeito, não só com os nossos concorrentes, mas com o mercado como um todo. E a gente vai continuar fazendo a nossa parte, trabalhando duro e com muita muita paixão pelo que a gente faz. Muito obrigado, nos vemos aí em breve.

[Renato] Obrigado.