

Transcrição – Resultados 1T26

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Olá! Bom dia a todos! Eu sou o Gustavo e é um prazer contar com a participação de vocês na videoconferência de resultados do primeiro trimestre de 2026. Como sempre, o Milton explicará a nossa performance e em seguida teremos a nossa tradicional sessão de perguntas e respostas, em que analistas e investidores poderão interagir diretamente conosco. Antes de deixar a palavra para o Milton, 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: todo o conteúdo em português, todo o conteúdo em inglês ou no áudio original. Nas duas primeiras alternativas, contaremos com tradução simultânea. Para escolher a opção, basta clicar na bandeira que está no canto superior esquerdo da sua tela.

As perguntas também podem ser enviadas por WhatsApp. A apresentação que faremos hoje está disponível para download no hotsite e, como sempre, na nossa página de Relações com Investidores.

Agora passo a palavra para o Milton e mais tarde teremos a sessão de perguntas e respostas. Milton, é com você!

Milton Maluhy Filho (CEO)

Bom dia a todos! Bem-vindos a mais uma divulgação de resultados. Vamos falar agora dos resultados do primeiro trimestre de 2026. É um material bem executivo, com foco e ênfase nos números, para deixar bastante tempo para o nosso Q&A no final. Mas o ponto central é que, neste trimestre, vou dar um pouco mais de ênfase à qualidade de crédito da nossa carteira – esse é um tema de interesse, diante das condições macroeconômicas mais apertadas, da taxa de juros e da economia como um todo. Então, acho que vale a pena fazer um mergulho adicional nesse tema. Com isso, acredito que a gente consiga passar para vocês muito do que tem sido a nossa dinâmica de gestão aqui no Itaú Unibanco.

Vou começar pelo quadro tradicional, com indicadores de resultado, rentabilidade, carteira, despesas não decorrentes de juros e atraso. Já começando pelo resultado, a gente entregou um resultado bastante forte de R\$ 12,3 bilhões no primeiro trimestre, uma expansão de 10% ano contra ano. Lembrando que, neste trimestre, excepcionalmente, não houve a distribuição adicional de dividendos que costumamos fazer. Ela foi feita no final do ano passado, no quarto trimestre – foram R\$20 bilhões de dividendos distribuídos. Esse lucro teria sido de R\$12,7 bilhões se a gente normalizasse esse efeito, o que seria mais comparável com os primeiros trimestres dos anos anteriores. Então, este é o primeiro ajuste que eu gostaria de comentar.

Depois, quando olhamos a rentabilidade, temos 24,8% no consolidado e 26,4% no Brasil. Portanto, houve uma expansão da rentabilidade. Ajustada ao capital de 11,5% – que é onde vemos a média do mercado em geral e onde é o piso do nosso apetite –, a rentabilidade no consolidado foi de 25,8% e a rentabilidade no Brasil, de 27,6%. Então, são números muito fortes. E, para fins de comparabilidade, acredito que essas sejam as melhores informações.

Quando olhamos a carteira de crédito, apesar de um trimestre sazonalmente mais fraco em função da dinâmica do quarto trimestre, conseguimos crescer a carteira em 1,2% – vou dar mais detalhes sobre isso daqui a pouco – e tivemos um crescimento importante de 9% ano contra ano, considerando dados sem variação cambial.

Seguindo para despesas não decorrentes de juros, vemos uma queda de 5% contra o quarto trimestre e um crescimento de quase 5% em relação ao primeiro trimestre de 2025. Absolutamente em linha com o trabalho que a gente vem fazendo dentro do nosso projeto de eficiência e com os objetivos que foram traçados. Isso está absolutamente alinhado àqueles objetivos.

Olhando para o atraso, vocês lembram que o primeiro trimestre é sempre mais pressionado: é um trimestre em que os compromissos das famílias aumentam, há mais despesas e, além disso, naturalmente, os gastos realizados no quarto trimestre, que tipicamente são liquidados no primeiro trimestre do ano subsequente.

Apesar disso, vocês estão vendo indicadores de atraso curto muito bem-comportados: 0,1 p.p. de aumento no NPL 15-90 do trimestre e uma queda de 0,1 p.p. em relação ao ano passado. Vou dar mais detalhes daqui a pouco, por carteira, e isso vai ficar mais visível. Os atrasos longos estão absolutamente estáveis, o que reforça a solidez e a qualidade da nossa carteira. Mas vou mergulhar mais nesse tema daqui a pouco.

Seguindo para a carteira de crédito, chamamos a atenção para o crescimento no Brasil de 7,8% na visão ano contra ano e de 0,3% no trimestre. Quando excluimos o efeito de variação cambial, vemos uma carteira crescendo, no total, 1,2% no trimestre. Eu queria chamar a atenção nessa carteira para a qualidade e a dinâmica com a qual a gente vem construindo essa carteira ao longo dos trimestres.

Primeiro, chamamos de carteira de cartões pessoa física target. O target são todos aqueles clientes que, na gestão de portfólio, a gente considera que são resilientes em ciclos mais longos. Mais de 90% da carteira que está sendo construída hoje são nesses clientes, e na medida que a gente vai construindo essa dinâmica, o estoque hoje se aproxima de 80% de clientes target, o que mostra uma qualidade realmente em linha com a nossa estratégia.

Neste ângulo mostramos que Uniclass e Personnalité teriam uma queda de apenas 0,5%, em uma carteira que cai mais de 2% no trimestre, além de um crescimento de 20% ano contra ano. Isso tem muito a ver com toda a dinâmica natural do segmento, além de toda nossa capacidade de *cross-sell* naquela lógica do cliente One Itaú que migramos para uma experiência de *full bank* com bastante sucesso. Portanto, os resultados estão aqui colocados.

Quando seguimos para o consignado, estamos dando ênfase ao consignado privado, com crescimento de 19% no trimestre e de 63% ano contra ano. Eu sempre disse a vocês que, no momento em que esse produto foi criado, o mercado como um todo cresceria – e tem crescido de forma importante.

Naquele momento, nós tínhamos cerca de 30% de market share no produto anterior, e eu disse que o nosso share tenderia a cair, mas dentro de um volume muito maior de mercado.

Portanto, conseguimos crescer, expandir o mercado e somos os líderes nesse mercado de consignado, após esses efeitos todos e a abertura. Estamos crescendo com muita qualidade, nos clientes certos, naturalmente com uma visão de rentabilidade adequada, no preço certo para os clientes e com uma visão de longo prazo.

Em micro, pequenas e médias empresas, os programas governamentais são novamente destaque, crescendo 4% no trimestre e 52% no ano, o que também ajuda bastante nos indicadores de qualidade. No atraso, há um efeito mecânico que eu vou explicar daqui a pouco, mas, no custo do crédito como um todo, isso ajuda muito na dinâmica e na rentabilidade do segmento também.

Por que eu estou trazendo a visão de saldo médio das carteiras para vocês? Porque o saldo médio é o que realmente importa para a margem, e não o saldo ponta. Então, essa quebra é só para vocês entenderem como esse quadro vai conversar com a margem no próximo slide.

O saldo médio da carteira de pessoas físicas está crescendo 2,2% em relação ao quarto trimestre. Em micro, pequenas e médias, o crescimento é de 4,6%; em grandes empresas, de 1,6%; e, na América Latina, de 3,6%. Esse quadro vai ajudar a explicar um pouco da margem.

Tem muita informação aqui, então vou explicar com calma. Primeiro, partimos do quarto trimestre de 2025, com uma margem de R\$31,7 bilhões. A primeira exclusão que fazemos é de R\$4 bilhões, que corresponde a remuneração do capital do acionista investido no banco. Ou seja, é o patrimônio do banco investido em taxa de juros, que retiramos do que chamamos de “margem core”. Com isso, chegamos a uma margem de R\$27,7 bilhões.

O primeiro grande efeito é o volume médio, que vocês viram no slide anterior. Por isso foi importante fazer essa quebra de saldo médio para mostrar como isso contribuiu para o crescimento da margem neste trimestre – R\$400 milhões de crescimento. Em seguida, temos o mix de produtos. Crescemos em um mix que é mais favorável à margem, o que gerou um aumento de R\$500 milhões, refletindo a dinâmica nos vários portfólios.

Na sequência, margem de passivos e spread ficaram praticamente de lado, com um efeito negativo de R\$100 milhões, pouco relevante no todo. Já o efeito calendário é muito importante, tanto por menos dias úteis, quanto menos dias corridos, que afetam diferentemente ativos e passivos, o que traz uma redução importante na margem. Portanto, o efeito calendário é um dos principais ofensores para a margem neste trimestre.

Por fim, América Latina e outros ficaram praticamente de lado também, sem grandes efeitos. Assim, a gente chegaria numa margem de R\$27,8 bilhões, um crescimento de 0,3%, sendo o efeito calendário o grande ofensor, porque no core o crescimento é bem positivo.

Na sequência, realizamos o cálculo de qual teria sido a margem de capital de giro se não tivéssemos distribuído os dividendos antecipadamente no quarto trimestre do ano passado. Esse valor seria de R\$4,2 bilhões. Portanto, chegaríamos em uma margem de R\$32,1 bilhões, que ficaria mais comparável com essa margem de R\$31,7 bilhões no 4T25, o que representaria um crescimento de 1,1%, ou R\$400 milhões, com todos esses efeitos.

Porém, dado o efeito de antecipação do pagamento de dividendos, nós perdemos na margem. O acionista ganhou, então foi positivo para o acionista. Porém, o efeito na companhia é de uma redução de R\$600 milhões na margem, o que nos leva aos R\$31,5 bilhões de margem financeira com clientes, que era um número que eu mostrava agora há pouco. Logo, tivemos uma queda de R\$200 milhões quando comparamos com o quarto trimestre.

Acredito que essa era a principal informação, tivemos dois grandes efeitos na margem: o dividendo que foi pago antecipadamente e o efeito calendário. O core da margem está vindo muito bem, muito forte, com carteiras crescendo, o saldo médio crescendo e o mix ajudando.

Agora, vamos traduzir esses números na margem, como gostamos de abrir. No consolidado, a margem ficou estável. Quando olhamos a margem ajustada ao risco – que é como acompanhamos de fato para fins de gestão –, vemos uma leve queda de 10 bps no consolidado. Ajustando por aquele efeito que eu comentei agora há pouco, do capital de giro, teríamos ficado estáveis na margem ajustada ao risco no consolidado.

No Brasil, essa linha tem uma queda de 20 bps. Ajustando pelo mesmo efeito dos dividendos, seria uma queda de 10 bps, imaterial no todo.

Vamos falar agora de margem com mercado. Tivemos um trimestre de grande volatilidade, com muitas notícias nos cenários local e externo, como vocês têm acompanhado. Portanto, todo mês zeramos o odômetro para aquilo que é trading, tomada de posição e risco, e o estrutural da margem com o mercado. Acho que a mensagem mais importante é que, no Brasil, tivemos uma boa performance no trimestre, apesar de todos os desafios. Na América Latina também. O Brasil, inclusive, foi melhor do que o trimestre passado.

O custo do hedge do índice de capital é um ofensor, como tem sido historicamente dado o diferencial de taxa de juros. No primeiro trimestre o impacto foi negativo de R\$700 milhões. Já com todos esses efeitos, entregamos um resultado positivo na margem com o mercado de R\$800 milhões, o que mostra a nossa consistência e capacidade de entrega de resultado, apesar dos cenários mais desafiadores.

Seguindo para a receita de serviços de seguros, acho que o principal destaque é que este é um trimestre que tem de fato o efeito da sazonalidade – o quarto trimestre é muito mais forte para várias dessas linhas, o cartão de crédito é um bom exemplo. Portanto, observamos quedas no primeiro trimestre.

Em conta corrente de pessoas físicas, fizemos questão de abrir para mostrar que, direcionalmente, nessa linha, é para baixo que o banco está indo: cada vez menos dependente dessas tarifas, resignificando os pacotes e levando mais vantagens para os clientes. O nosso objetivo é aumentar o lifetime value e a centralidade no cliente. Portanto, a direção está muito clara e vocês têm observado isso.

Quando olhamos para pagamento e recebimentos, de fato foi um trimestre com alguns efeitos. Aqui, há uma série de explicações: questões de sazonalidade, mix – principalmente do lado de recebimentos – e a reprecificação do funding dentro da operação de antecipação

do adquirente. Vale lembrar que trouxemos todos esses impactos para dentro dessa linha. Portanto, este é o fluxo de Pessoa Jurídica expandido.

O mais importante aqui é a visão cliente. Não estamos olhando por uma linha exclusiva, mas olhando muito mais a principalidade, o relacionamento no longo prazo e o lifetime value do cliente. Então, alguma volatilidade é, de fato, esperada.

Um destaque positivo é a corretagem, que apresentou um trimestre um pouco mais forte do que foi o quarto trimestre. Em administração de recursos, este é um trimestre sem performance fee. Lembrando que, da forma que tratamos aqui no banco, a performance fee é tipicamente reconhecida no segundo e no quarto trimestres do ano. Portanto, saímos de um quarto trimestre com performance fee para um primeiro trimestre sem essa receita, o que gera esse efeito no resultado com administração de recursos.

Agora, o principal destaque está em seguros, onde já havíamos tido um trimestre anterior muito forte e conseguimos manter a performance, com crescimento de 17% ano contra ano. Com isso, a linha de serviços e seguros como um todo cresce 5,3% ano contra o ano.

É evidente que boa parte dessas linhas estão muito correlacionadas com o nível de atividade econômica. Então, vamos depender muito da dinâmica à frente, de como veremos a atividade, o mercado de capitais e o mercado de bancos de investimento como um todo – esse mesmo comentário vale para as demais linhas.

Vou começar a me aprofundar em qualidade de crédito com algumas informações que eu julgo bastante relevantes. Aqui temos as variações do NPL. No atraso curto do consolidado nós crescemos 10 bps, como eu comentei no início, com a América Latina praticamente de lado, e no Brasil o crescimento é de 20 bps. Abrindo o Brasil, as dinâmicas ficam mais claras. Primeiro, temos em Pessoas Físicas o efeito sazonal do primeiro trimestre. Quando comparamos com séries anteriores, excluindo 2023 para 2024, esse é nosso menor crescimento. Aqui estamos arredondando em 30bps, mas esse crescimento é de 23bps, ou seja, é um crescimento menor, quando comparado com outros trimestres que também têm essa sazonalidade. Então, esse é um primeiro trimestre dentro do esperado e muito comportado para o atraso curto.

Em micro, pequenas e médias empresas, temos esse aumento que já era esperado. Eu já venho falando para vocês há bastante tempo, e vou reforçar isso no Over 90, que essa é uma carteira que teve forte crescimento de créditos com garantias, especialmente governamentais. Uma parte relevante dessa carteira possuía carência em períodos anteriores e agora isso vem reduzindo. Hoje, menos de 5% da carteira está em período de carência. Dessa forma, mecanicamente vamos começar a ver atrasos por parte desse público, mas sempre com as garantias governamentais. Então, apesar desse aumento observado e absolutamente esperado, os índices seguem em patamares muito abaixo do que observávamos em anos anteriores, e com a perda esperada e rentabilidade em linha com as expectativas.

No atraso longo, tanto no total, quanto no Brasil e em Latam, os índices estão bem-comportados. No Brasil, em pessoas físicas, o trimestre foi de estabilidade. Em micro, pequenas e médias empresas temos um aumento de 10 bps e projetamos que é possível que

o indicador ainda cresça uns 10 ou 20 bps. Talvez rodar próximo de 2,1% seja algo razoável, o que é abaixo do que rodávamos a poucos trimestres, quando estávamos ao redor de 2,4%, já ajustando o portfólio na visão da Resolução 4.966, com títulos e valores mobiliários. Lembrem que esses indicadores têm títulos e valores mobiliários, que é a visão da Resolução 4.966 mesmo. Não há nenhum ajuste sendo feito aqui. Assim, nossa expectativa é de um leve aumento dentro do esperado, mas que é mecânico e sem nenhuma preocupação no custo do crédito. Grandes empresas segue com o indicador estável.

Essas são informações que, tipicamente, não trazemos, mas que eu entendo que valem a pena nos aprofundarmos. Como eu dizia, os clientes “Target” são de praticamente 80% no estoque, e na produção tendem a ser 100% no limite. O que eu quero mostrar para vocês é como está o endividamento dos nossos clientes, excluindo-se o imobiliário. Isso porque a dinâmica do imobiliário é um pouco diferente, mas de qualquer forma, na nota de rodapé temos esse número calculado incluindo o imobiliário. Muitas vezes o cliente troca um aluguel mais caro, consegue alocar uma parcela, é um financiamento com garantia de um imóvel e com bom LTV e entrada, então achamos que a dinâmica é diferente. Excluindo o imobiliário, o endividamento dos nossos clientes “target”, partindo da base 100 em dezembro de 2019, atingiu 105 em janeiro de 2026.

Quando olhamos a visão completa do mercado, inclusive com os nossos clientes, nós vemos esse número atingindo 123 em janeiro de 2026, portanto temos uma diferença muito grande com relação ao público que temos trabalhado, resultado de crédito responsável, sempre com o olhar de ciclo de crédito, gestão de portfólio, resiliência. E é em cima desta base de clientes que temos construído o nosso portfólio de referência. O mercado, em seu conceito amplo, ou seja, com todos os outros públicos operando, apresentou um crescimento de endividamento muito maior nesse período.

Quando analisamos na visão do nosso público total, e aqui vocês podem ver como o público “target” é relevante para nós, o número sai de 100 e atinge 106, ou seja, a diferença não é material. E comparando com o mercado, por definição o número é o mesmo. Isso mostra a preponderância e a relevância que os clientes “target” tem na base do banco e na forma com que operamos. Então essa é uma primeira informação para mostrar a qualidade do cliente em relação ao endividamento.

Indo para a abertura de atraso, e essa informação nós nunca trouxemos, mas achei que seria importante trazer uma série comparativa de alguns produtos. Hoje, o atraso Over90 da nossa carteira de crédito pessoal está em 5,1%. Este é o atraso dos nossos clientes neste produto. No mercado, o atraso no crédito pessoal é de 9,3%. E mais importante do que a foto, é o filme. De dezembro de 2019 até hoje, houve uma redução deste índice de atraso em 21%, dos nossos clientes, no crédito pessoal. Por outro lado, o mercado cresceu 18% nesse mesmo período. Temos não apenas uma diferença importante do nível, mas também da tendência.

Em cartão de crédito a lógica é a mesma, temos 5,1% de NPL over 90, que é metade do que o observado no mercado. Nós reduzimos 8% no período, fizemos todo aquele derisking no portfólio, o qual comentamos bastante, enquanto o mercado aumentou 56% o atraso nesse público. De novo, o nível é bem diferente e a tendência também é muito diferente quando analisamos o filme.

Para a carteira de veículos, nós operamos com 3,5% de atraso Over90, e no mercado, o índice é de 6,2%. Tivemos um aumento do nosso indicador, de 17%, mas no mercado, o crescimento foi de 82% no atraso Over90.

Por fim, quando analisamos o crédito consignado privado, no qual temos crescido com bastante relevância, não temos esse mesmo período para analisar por que a dinâmica do produto mudou, mas conseguimos trazer o patamar que temos rodado, de 4,2%, com taxas absolutamente coerentes, competitivas e responsáveis para os clientes, e, por outro lado, vemos um atraso do mercado no consignado privado de 7,1%. Mostrando, novamente, a nossa disciplina de gestão de risco no balanço do banco, e é dessa forma que temos operado nas várias carteiras de pessoa física.

E micro, pequenas e médias empresas, temos informações na mesma direção. A primeira delas é o percentual de carteira garantida em cada um dos públicos. No total, de dezembro de 2019 para março 2025, nós saímos de uma carteira garantida de 36% e atingimos 55%. Analisando esse mesmo período, mas para micro e pequenas empresas apenas, nós saímos de 37% para 70%. Então, de um lado estamos olhando SMEs como um todo, incluindo o Middle, e do outro estamos olhando apenas micro e pequenas empresas. Nesse último nós vemos um crescimento da carteira com garantias de 37% para 70%, em um público que é tipicamente mais volátil, no qual nos deparamos com problemas maiores e com índice de mortalidade mais alto. Nós mudamos bastante o perfil da carteira, operando com muito mais garantia.

Em Grandes empresas também temos uma mensagem relevante para ser feita, sempre na mesma lógica de gestão de portfólio, visão de longo prazo, alocação de capital e gestão de risco. Primeiro, a carteira praticamente dobra quando comparamos dezembro de 2019 com março de 2026. Nós dobramos o valor da carteira. Mas qual a qualidade desse movimento? Primeiro nós reduzimos a concentração. Nós vemos que os principais clientes do banco, os dez maiores, representavam 20% da carteira em dezembro de 2019, e após dobrarmos a carteira, hoje, em março de 2026, eles representam 15% da carteira nessa visão. Fizemos uma evolução de forma muito mais atomizada e evitando o risco de concentração, porque sabemos que para esse segmento, concentração é um tema de atenção. E o mais importante, não só crescemos, como crescemos com qualidade. Na nossa régua de investment grade, ou seja, daquilo que conseguimos acompanhar, medir, gerir e qualificar sobre o rating das companhias, tivemos uma melhora substancial também no mix e na qualidade rumo ao investment grade de praticamente 80% da carteira.

Tanto na pessoa física, como na pessoa jurídica, em micro, pequenas, médias e grandes empresas, mostra a nossa disciplina de gestão. Essa visão de um jogo infinito, e que precisamos construir um portfólio sustentável, consistente, que gere valor, atendendo bem os nossos clientes, mas de forma muito menos volátil do que observamos no mercado.

O agro, que também é uma carteira importante, e que muito se fala desse momento mais desafiador de preços, câmbio, preço de fertilizante, com o produtor com margens muito mais apertadas, mais alavancado, juros mais altos. Como construímos nossa carteira? Da carteira total do Agro, 31% estão no produtor rural. Quando analisamos essa carteira, praticamente

80% dela têm garantias fortes e instrumentos jurídicos fortes em alienação fiduciária, o que traz bastante segurança na qualidade e recuperabilidade desses créditos.

O nosso market share é estimado. Nós não temos um dado oficial de market share do agro, mas pelas proxys que fazemos, estimamos ter um market share de 20%. E fizemos o mesmo cálculo de market share para todas as recuperações judiciais que aconteceram no mercado, para vermos qual era o nosso market share nessas recuperações judiciais. Então, apesar de termos 20% de market share no agro, temos apenas 4% de volume dentro de RJs. Porém, esses 4% são feitos em produtos com alienação fiduciária, garantias fortes, extra concursal, em que conseguimos discutir com o cliente as garantias com muito mais qualidade. Então a nossa recuperabilidade e o nosso loss given default tende a ser muito menor, dada a estrutura com que temos operado. Então, mais uma vez reforçando a confiabilidade e a segurança do nosso portfólio.

Com relação as carteiras por estágio, se analisarmos pela cobertura e pelas carteiras de estágio 2 e estágio 3 total, nós vemos variações pequenas, sem grandes impactos. Em Pessoas Jurídicas, nós temos uma variação um pouco maior na cobertura dos estágios 2 e 3 e a principal razão é mecânica. Todas as vezes que eu tiro um cliente do estágio 3 tipicamente para write-off, e a carteira reestruturada é um bom exemplo, vou mostrar para vocês, ou um cliente que tem um volume de provisão muito alto que acaba saindo para write-off, que é um cliente com uma cobertura maior, enquanto os clientes que estão entrando no estágio, tipicamente entram com uma cobertura menor.

Então é por isso que vemos alguma volatilidade nos indicadores de cobertura de estágio 2 e estágio 3 que é sobre a dinâmica do portfólio. Lembrando que nós operamos com o modelo de perda esperada, e se percebemos qualquer evento de deterioração, nós fazemos a provisão na frente. E nós não fazemos gestão de balanço pelas nossas provisões. No fundo, os nossos modelos são bastante fidedignos, precisos e acurados. E aí, tendo um evento ou uma mudança de critério, olhando para frente, ou de expectativa ou perspectiva, a gente faz tipicamente a provisão, o que reforça a qualidade do portfólio.

E com relação aos atrasos que eu mostrei agora a pouco para vocês, eles também reforçam algo que eu venho mencionando há bastante tempo. Não houve nenhuma mudança no critério de Write-off. Apesar da resolução 4.966 dar alguns graus de liberdade para você fazer o write-off em prazos mais longos, isso te traz um malefício no indicador, porque você acaba ficando mais tempo com o cliente no indicador over 90 do que necessariamente você deveria.

O outro benefício é que, principalmente se você leva em consideração a mecânica de perda incorrida para o seu provisionamento, você anda menos provisionado. Desta forma você tem um benefício de custo de crédito no início e uma piora no indicador de atraso. Nós não mudamos o nosso critério. No fundo, apesar de você ter graus de liberdade, a nossa visão é que a expectativa de recuperabilidade não mudou apesar de o regulador ter dado um grau de liberdade adicional. Então nós continuamos levando para Write-off dentro da nossa melhor expectativa de prazo, que segue sendo a mesma que nós fazíamos antes da mudança da norma entrar em vigor.

Com relação ao Custo do Crédito, que no final do dia é a consolidação de tudo isso, tem, sem dúvida, um aumento nominal, como já tínhamos observado, mas as carteiras estão

crescendo, então é esperado que os custos de crédito nominais cresçam. Mas o mais importante é olhar o indicador de custo de crédito anualizado sobre a carteira, que mostra uma estabilidade importante ao longo desses últimos trimestres, o que reforça de novo todos os pontos que eu fiz nos slides anteriores.

E com relação a carteira renegociada, como vocês podem observar o que eu falava agora há pouco, quando um cliente grande vai para Write-off, ele tipicamente leva um volume de provisão muito alto e ele acaba afetando esses indicadores também. Isso dá para observar do terceiro trimestre para o quarto, mas essa é uma carteira que continua caindo. E no total as carteiras reestruturadas e renegociadas também apresentam mais uma queda e estão na direção correta. E o mais importante é que a relação da carteira renegociada sobre carteira total também vem super comportada. Nós não imaginamos grandes reduções nominais de forma muito rápida, isso vai acontecendo ao longo do ciclo, mas ainda em um nível bastante aceitável e adequado para o portfólio do banco.

Com relação as Despesas Não Decorrentes de Juros, eu gostaria de passar os principais destaques. É importante lembrar que sempre tem uma sazonalidade no primeiro trimestre. Apesar disso, quando olhamos para as despesas no Brasil, nós tivemos uma redução de 5,6% contra o que foi o quarto trimestre do ano passado. E quando olhamos na visão ano contra ano, tivemos um crescimento de 5,2%. Nós mantemos a nossa visão de chegar ao nosso objetivo e, se vocês quiserem se guiar, continuamos mirando no ponto médio do guidance de 3,5% de crescimento no ano. E isso com uma série de iniciativas estruturantes com visão de longo prazo.

Então isso mostra claramente o que temos observado nos trimestres anteriores, uma tendência que vem sendo de redução no ano contra ano, com mudanças importantes e estruturais no banco, em vários sentidos. Então eu acho que essa é a principal mensagem.

O índice de eficiência atingiu 34,9% no Brasil e mais uma vez nós batemos um recorde por aqui nesse indicador no menor patamar. Se ajustarmos pelo efeito da antecipação do pagamento dos dividendos que eu comentei lá no início da apresentação, esse número teria sido 34,4% no Brasil, ou seja, uma redução bastante importante. Mas independentemente do efeito, o número real é 34,9% e nós rompemos a barreira abaixo dos 35% pela primeira vez. E no consolidado também é essa a tendência. Ou seja, esse é o índice de eficiência em um banco universal como o Itaú Unibanco, em que operamos em todos segmentos e regiões. Esse é o banco mais internacional do Brasil. E isso mostra, de fato, uma disciplina importante na capacidade de gestão de custos e geração de receita, criando modelos que são de fato, de rentabilidade adequada e sustentáveis no longo prazo.

Falando agora sobre Capital, nós terminamos o quarto trimestre com 12,3% de índice de capital principal (CET 1) e 1,5% de capital complementar nível 1 (AT1). E o que tivemos de relevante foi o resultado no primeiro trimestre bastante forte com geração de capital de 0,8%, o consumo para pagamento de dividendos, juros sobre capital próprio e recompra de ações em 0,4% e consumo de 0,5% de ativos ponderados pelo risco. Então conseguimos ver que as fontes de geração de capital conseguem financiar os usos e o próprio crescimento dos ativos ponderados pelo risco.

Nós mostramos aqui o que é referente a aquele phase in de 4 anos, sendo que estamos no segundo ano, para risco operacional e para risco de crédito relacionado a algumas operações. E com isso o consumo de capital é de 0,3%. Lembrando que também existe um phase in que também está no segundo ano, para quem precisou para o cumprimento da resolução 4.966. No caso do Itaú, o efeito em capital relacionado a isso foi zero. Nós não tivemos esse custo em capital de migração para a resolução 4.966, porque nós já operávamos com provisão em títulos e provisão de perda esperada em todas as carteiras. Portanto, a mudança de norma não gerou nenhum efeito contábil para o capital do banco.

Por fim, mesmo com aquela distribuição de dividendo relevante que foi feita no quarto trimestre, o foco era chegar no primeiro trimestre com 12% de CET1, que é o que nós usamos de base para pagamento de dividendos, sendo 11,5% o piso do apetite de risco definido pelo Conselho de Administração e 12% é aquilo que consideramos para fins de dividendos. E chegamos a 1,4% de AT1. Ou seja, encerramos o trimestre com uma base de capital bastante sólida mesmo com todos os efeitos, permitindo com que a gente siga crescendo e pagando um nível de dividendos importante, com alta rentabilidade.

Para concluir, eu gostaria de fazer propaganda aqui dos nossos relatórios. Nós disponibilizamos o Relatório Anual Integrado de 2025 e o relatório ESG. Então isso aqui é uma chamada para vocês para que vocês acessem esse conteúdo. Tem muita informação de qualidade que ajudarão vocês a tirar muitas dúvidas pelos próprios relatórios. Tem um nível de detalhe muito maior do que a gente consegue dividir com vocês nas lives de resultado e nos Q&As. Então fica aqui o convite para que vocês acessem esses materiais.

Bom, com isso eu termino a apresentação do resultado do primeiro trimestre de 2026. Como eu mencionei no início, foi um resultado sólido, com a rentabilidade super forte, e é claro que o cenário necessita atenção e temos que estar bem disciplinados na gestão da nossa carteira de crédito, sentindo o pulso todos os dias, mas o mais importante, é que a gente vem conseguindo fazer toda essa expansão do banco, todo investimento, toda transformação digital, cultural, com uma visão em clientes, com números muito sólidos e robustos e tudo isso de forma sustentável.

Eu acho que consistência, menos volatilidade, disciplina de execução, especialmente disciplina de alocação de capital continuam muito presentes em todo o processo de tomada de decisão do banco. E é por essa razão que a gente vem conseguindo consistentemente entregar resultados sólidos.

Eu gostaria de agradecer mais uma vez a todos pela confiança e pelo tempo de vocês. Vou me juntar agora ao Gustavo e ao Gabriel e vamos fazer o nosso tradicional Q&A. Super obrigado mais uma vez obrigado por tudo e pelo apoio acima de tudo. Até logo.

Q&A

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Olá, estamos de volta agora direto do nosso estúdio com o Milton e o Gabriel para a sessão de perguntas e respostas. Antes de começar, gostaria de lembrá-los que a sessão é bilíngue, ou seja, responderemos as perguntas no idioma que elas forem feitas. Para quem precisar de algum tipo de apoio na tradução, nossa plataforma conta com as opções de áudio em português, inglês ou no áudio original.

Além disso, vocês podem mandar as perguntas pelo WhatsApp. Com isso, vamos para a primeira pergunta, que vem do Thiago Batista, do UBS. Thiago, bom dia.

Thiago Batista (Analista Sell Side do UBS)

Bom dia, Milton. Bom dia, Gabriel. Bom dia, Gustavo. Primeiro, parabéns pela previsibilidade do resultado de vocês, como sempre bem constante e previsível. E minha pergunta é sobre o Desenrola. Eu acho que o Itaú é um dos principais bancos que está menos exposto por cliente e por produto, mas queria ouvir de vocês as impressões iniciais do novo Desenrola. E, também fazer uma pergunta bem rápida sobre estratégias de aquisição, da Rede. Claramente o Itaú está ganhando muito *market share* na captura de pagamento. Queria entender de vocês os próximos passos na Rede.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Tá ótimo, Thiago. Bom, em primeiro lugar, bem-vindo, bom te ver aqui de novo. Deixa-me começar pelo Desenrola. O Desenrola foi uma co-construção. Então, tanto a Fazenda quanto a Febraban e bancos participaram ativamente do debate desde o primeiro dia para entender em que condições todos teríamos conforto. Para encontrar o melhor produto, o melhor prazo, o melhor desconto, tudo dentro de uma razoabilidade que fizesse sentido para o sistema, para os clientes, para o mercado. É evidente que ele é um programa muito concentrado em faixas de renda de até 5 salários-mínimos, atrasos entre 90 dias e 2 anos, com uma tabela de desconto pré-definida e com uma garantia do FGO. Para as instituições limitadas 50%, como se fosse um *first loss* ou um *stop loss*. Então, assim, no nosso caso, estamos trabalhando ativamente, desde ontem nos preparamos para entrar no ar com o novo programa. Já estamos operando dentro do novo programa, mas é evidente, até pelo ponto que você fez, que proporcionalmente o público de mercado elegível a esse programa é menos relevante dentro da carteira do banco, proporcionalmente. Então, sem dúvida nenhuma, vamos atuar da melhor forma possível, vamos tentar chegar com as ofertas em todos os clientes possíveis e elegíveis, mas do ponto de vista de materialidade nos resultados, eu não diria que chega a ser material, dado o tamanho da linha de custo de crédito, o tamanho da linha de recuperação do banco, mas vamos fazer o possível para atender bem os clientes nesse processo de transição. Dado o nível de endividamento, o nível de juros, o nível de atraso que essas famílias estão sentindo, achamos importante essa atuação conjunta do setor para atender bem esses clientes. Então, acho que essa é a primeira resposta. Segunda, sobre a Rede, é superimportante primeiro deixar claro que a integração que fizemos lá atrás foi bem-sucedida. Eu tenho falado isso a vários *calls*, eu acho que os resultados estão aí colocados. Conseguimos encaixar a aquisição na oferta, não

falamos mais de Rede, falamos de recebimentos e pagamentos. A oferta é integrada, a gente atende os clientes nas suas necessidades, independentemente do produto. O *pricing* é feito na visão cliente, não é feito na visão produto, como no passado. Tinha várias empresas listadas no setor, então todo mundo defendia a sua estratégia de *pricing* como um monoproduto. Isso deixou de fazer sentido há muito tempo aqui para o Itaú Unibanco, então adquirir é mais um produto, mais uma oferta na prateleira para atender bem as necessidades dos nossos clientes. De fato, no *market share* e no resultado desse trimestre tem um efeito mix importante. Então tivemos um volume maior de clientes do atacado do que de clientes do varejo e sabemos que o que dirige *market share* tipicamente são as grandes contas. O cliente do varejo é mais atomizado, ele tem mais rentabilidade no negócio, mas o que dirige *market share*? Dois terços do volume está nas grandes contas. Então, quando você tem contratos importantes que são conquistados, isso mexe a agulha naturalmente. Eu acho que a notícia mais importante é que assumimos a liderança já faz algum tempo no setor como um todo, no negócio. Somos líderes no mercado de atacado, e líder no mercado de varejo. Então, eu acho que essa é a mensagem principal. Agora, *market share* não é o nosso objetivo. Ele é consequência da nossa ação. Se ela estiver bem resolvida, se ela estiver bem encaixada na jornada, se a gente estiver atendendo bem os clientes, com proposta de valor competitiva, o *share* é consequência. Especialmente nas grandes contas, a gente evita aquela discussão de aluguel de *market share*, porque aí você consegue ir com preço superagressivo, muitas vezes abaixo do intercâmbio mais feed de bandeira, recebe o *market share* e custa para carregar aquele *market share* e você mostra um número. Então, temos olhado muito nisso. Nesse trimestre especificamente, na linha de fluxos de pagamento e recebimentos que temos lá na linha de receitas e serviços, tivemos dois principais efeitos. O primeiro foi o mix que eu falava agora há pouco, o segundo foi a estrutura de hedge que usamos, porque a gente faz o hedge das antecipações que são feitas, porque boa parte delas são automáticas, então a gente vai fazendo o hedge do passivo e o *transfer* ao longo do tempo. Isso gera alguma volatilidade, ele não é um hedge 100% perfeito, não dá para ser. Então qualquer mudança na estrutura de juros também gera impacto. Esse foi o principal impacto nessa linha. E um pedaço do resultado da Rede ainda ficou na margem com clientes. Então eu diria que 98% do resultado está na linha de serviços. No próximo trimestre faremos o ajuste que faltava, que é trazer um pedaço do resultado que é positivo nesse trimestre para que todo o resultado da Rede fique na linha de serviços e seguros, o que atenuaria, de fato, os números que vocês estão vendo aqui. Mas a nossa estratégia continua sendo melhor oferta, visão cliente, preço na visão cliente e visão de fluxo de pagamentos e recebimentos, entre os quais a aquisição, sem dúvida nenhuma, tem um papel importante.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Bom, agora vamos para a segunda pergunta com Bernardo Guttmann, da XP. Bom dia, Bernardo.

Bernardo Guttmann (Analista Sell Side da XP Investimentos)

Bom dia, Gustavo, Milton e Gabriel. Obrigado pelo espaço aqui para perguntar e parabéns pelos resultados. Eu queria explorar um pouco mais a trajetória do ROE do banco. O Itaú entregou um ROE Recorrente de quase 25% e segue em um patamar muito alto, mesmo num trimestre sazonalmente mais fraco.

Quando olhamos esse nível de rentabilidade, a pergunta natural é o quanto ainda existe de alavanca para sustentar ou eventualmente até expandir esse ROE ao longo do ano.

Daqui em diante, na visão de vocês, a sustentação virá mais de margem com clientes, eficiência, mix de crédito, receita de serviço ou capital?

Adicionalmente, existe algum ponto que vocês acham que o mercado ainda não está capturando bem a capacidade do Itaú em manter esse ROE estruturalmente acima do sistema? Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Obrigado, Bernardo. Obrigado você pela pergunta e pelas considerações iniciais. Bom vê-lo no *call* novamente.

Sobre a questão do ROE, como sempre dizemos aqui, eu vou responder a sua pergunta, mas eu vou fazer aquele *disclaimer* que sempre fazemos, que evitamos dar o *guidance* de ROE. Porque tem uma série de variáveis no final do dia que afetam a rentabilidade. Gostamos de falar de criação de valor e, portanto, isso depende demais do *cost of equity*, ou seja, do custo de capital. Na nossa visão, nosso custo de capital rodando a 14,5%, isso é a melhor informação que temos nas nossas modelagens e olhamos instrumentos perpétuos no mercado, temos as modelagens proprietárias, portanto, o *spread* entre rentabilidade e *cost of equity*. De fato, criação de valor é onde focamos, e todos os incentivos do banco estão colocados em criação de valor. Eu acho que essa é uma métrica relevante para a gestão. Isso traz disciplina, visão de longo prazo e sempre o foco na criação de valor. No *guidance* que apresentamos no início do ano tem implícito uma rentabilidade acima de 20% e a gente vem conseguindo entregar esse ROE recorrentemente. Então, se você me perguntar se eu antevejo algum problema em relação à rentabilidade que a gente vem operando, com as informações que eu tenho hoje, a resposta é não. Nós vamos continuar entregando uma rentabilidade importante ao longo dos próximos trimestres. É claro que ela pode ter alguma volatilidade, porque tem muitas variáveis que compõem o ROE do banco no final do dia. Não é só Brasil, tem América Latina e todas as linhas. Agora, falando do *guidance*, talvez seja a melhor resposta que eu possa te dar, nós temos conforto com o *guidance* que foi apresentado, então reafirmamos o *guidance*, mas eu acho que os desafios olhando para frente, e a gente viu na linha de serviços e seguros, são muito conectados com atividade. É na linha de serviços e seguros que vemos talvez o maior desafio ao longo do ano, porque depende de atividade de mercado de capitais, depende de TPV no mundo de cartões, depende da nossa capacidade de continuar crescendo os seguros e nada nos diz que não vamos continuar crescendo. Temos conseguido crescer o *bottom line* em 2 dígitos todos os anos nos últimos anos e mais do que dobramos o resultado da seguradora. Então tem uma dinâmica de atividade que vai ser importante daqui para frente. Mercado de capitais, vemos volumes entre 30% e 40% mais fracos do que a gente observava no ano passado. Então eu acho que a dinâmica nessa linha é que teremos que observar mais de perto ao longo dos próximos trimestres. Na margem com clientes, você viu os efeitos que eu destaquei, então, além dos dias corridos e dias úteis, teve o efeito do capital de giro, dessa forma a margem *core* cresce de forma importante. O *guidance* de carteira segue confortável com o que foi divulgado. O custo do crédito, que também é uma alavanca superimportante para a rentabilidade, reafirmamos nosso *guidance*. Então, olhando para tudo aquilo que divulgamos no início do ano, a gente continua confortável de que vamos buscar entregar os resultados

implícitos no *guidance*. Claro que os desafios são grandes, vocês têm acompanhado todos os pontos que eu fiz agora há pouco, mas continuamos muito disciplinados e focados para entregar os resultados. Dessa forma, eu acho que a rentabilidade no longo prazo vai depender muito dessa variável do *cost of equity*, se estruturalmente a taxa de juros cair no Brasil, assumindo que a guerra termine, que o câmbio continue nos patamares atuais, que a inflação ceda e que o Banco Central consiga fazer um ajuste monetário mais relevante ao longo do ciclo, isso vai abrir mais atividade, vai melhorar o *cost of equity*. E o *cost of equity* no Brasil não é só taxa de juros, é taxa de juros, é o ambiente institucional, e segurança jurídica que fazem preço no *cost of equity*. Acho que são os 3 pilares. Se conseguirmos atuar bem nisso, é esperado que parte desse *spread* entre o *cost of equity* e ROE vá para o cliente, para você se tornar mais competitivo e a agenda de eficiência é vital para que a gente tenha mais condições de competir e mais *pricing power* no tempo. Um pedaço dessa eficiência, naturalmente, também vai para o cliente. Portanto, acho que essa é uma resposta não conclusiva, mas uma resposta geral sobre o assunto. Estamos bem confortáveis com a rentabilidade, pretendemos continuar entregando rentabilidades acima de 20%, sem dar nenhum *guidance* de ROE.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Bom, agora vamos para a terceira pergunta com Marcelo Mizrahi, do BBI. Marcelo, pode seguir.

Marcelo Mizrahi (Analista Sell Side do Bradesco)

Olá, pessoal. Olá, Milton. Olá, Gabriel. Obrigado pela oportunidade, obrigado, Gustavo. Minha pergunta é sobre inadimplência, com os dados macro que a gente tem visto, a questão de inadimplência tem se intensificado e aquele slide que você colocou é ótimo para a gente ver a diferença de como é que o banco está performando em relação ao mercado. Mas o banco não roda num mundo isolado, então queria entender um pouco olhando para as perspectivas do ano e de crescimento de carteira. Eu vi que você falou que você continua tranquilo com o *guidance*, mas a dinâmica do começo do ano, do primeiro trimestre, em relação à dinâmica de *guidance* nessa questão de qualidade de crédito do mercado, ela está melhor ou pior do que o Itaú esperava quando montou o *guidance*? Do ponto de vista macro da inadimplência, a situação preocupa o suficiente para ter um pouco mais de cautela ou para ter um pouco mais de dificuldade para atingir o *guidance* crescimento de crédito? Como é que vocês estão vendo especificamente a inadimplência da pessoa física nesse começo de ano? E como eu disse, os números do banco estão muito bem, mas para a gente pensar aqui no crescimento de carteira dos próximos trimestres. Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Tudo bom, Marcelo? Obrigado você pelas perguntas, bom te ver de novo aqui no nosso *call*. Objetivamente, as condições lado começo do ano para cá são piores. E antes de falar do nosso portfólio, o ambiente macro está pior, especialmente por conta dos eventos geopolíticos. Então, acho que janeiro e fevereiro foram dois meses bastante em linha e o *guidance*. Veio logo na sequência uma guerra no Oriente Médio; volatilidade no preço do petróleo; mais incerteza em relação à inflação; em relação ao preço da energia; transporte; toda a discussão de fertilizante na cadeia do agro; e enfim, a própria desaceleração do crescimento global, que gera impacto naturalmente no Brasil. Dessa forma, tem uma série de fatores novos que não existiam no início do ano quando a gente fez o *guidance*. O outro lado dessa história é que, primeiro, é a

nossa disciplina de fazer provisões tempestivamente. Então, dos casos que a gente vem provisionando ao longo do tempo, são casos que a gente conhece e já tinha planejado fazer avanços em provisões, a depender, naturalmente, de situações e condições novas, informações novas ao longo do ano. Em segundo lugar, o nosso portfólio, por definição, foi construído num público mais resiliente a ciclos, como os que a gente está observando agora. É evidente que os juros num patamar restritivo, como a gente está vendo, por um ciclo mais prolongado, gera efeito em todos os segmentos. Então não há dúvida e, como você bem colocou, a gente não está isolado do mundo. A gente tem uma carteira de crédito de R\$ 1,5 trilhão, dos quais R\$ 1,3 trilhão são do Brasil. Então é evidente que qualquer piora pode ter sim e terá algum impacto nas nossas carteiras. Dito isso tudo, acho que o portfólio foi construído de uma forma tão resiliente, tão bem gerida do ponto de vista de alocação, segmentos, públicos, setores, volatilidade, clientes, que a gente entende que ainda assim, com essas informações, com a melhor informação que a gente tem hoje, o *guidance* está reafirmado. Os nossos indicadores de atraso estão super comportados. O atraso curto no primeiro trimestre é um indicador relevante de como as carteiras de pessoa física estão, muito importante essa abertura. Eu vi que você cobriu bem no teu relatório a abertura do atraso curto, que te dá uma boa visibilidade de como a gente está vindo e a performance para frente, então perda esperada é fundamental e a perda esperada é muito impactada pelo atraso curto. Nesse primeiro trimestre, a gente teve o segundo melhor trimestre da série, só não foi melhor do que de 2023 para 2024, nosso aumento foi de 23 basis points, no que a gente chama de um trimestre mais pressionado por conta dos compromissos das famílias no início do ano. Então, a nossa expectativa é que o atraso longo, especialmente na pessoa física, fique estável ao longo do ano. Não vemos materialidade em 10 basis points para cá ou para lá. Em pequenas e médias empresas, o portfólio vem performando muito bem, dado as características que eu descrevi agora há pouco. Esperamos que o NPL possa alcançar 2,10%, hoje está em 1,90%, e que seja algo razoável para imaginar, então a gente também não está vendo uma piora que não seja o efeito mecânico dos programas governamentais. E grandes empresas são eventos, aqui é mais difícil você antever, a gente procura antever o máximo que a gente pode, porque a gente olha os balanços, a gente discute com as companhias, a gente estuda os setores, a gestão de provisões é hiper tempestiva, mas eventos acontecem. Raramente um cliente sai de um estágio 1 para um estágio 3, raramente acontece, mas acontece. E nesse trimestre aconteceu. Então, o mais importante é ser tempestivo na migração dos estágios, o mais importante é fazer as provisões adequadas e ter um balanço sólido para poder enfrentar os desafios que vêm pela frente. Então, eu acho que para além da DRE, que mostra os resultados, é preciso olhar para as contas patrimoniais, saldos de provisões em todos os sentidos. Então, eu acho que o balanço está bem robusto para enfrentar os desafios que vêm pela frente. Mas, de fato, o cenário lado começo do ano para cá é um cenário pior. Estamos aqui com todos os radares acesos, ligados e operando da melhor forma possível.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Agora vamos para a próxima pergunta com Gustavo Schroden, do Citi. Gustavo, bom dia.

Gustavo Schroden (Analista Sell Side do Citi)

Bom dia, Gustavo, bom dia, Milton, Gabriel. Obrigado pelo espaço, parabéns mais uma vez pelos resultados sólidos e pela previsibilidade. Eu queria explorar o crescimento da carteira de crédito

em dois produtos específicos, Milton, consignado privado e micro, pequenas e médias empresas, que é onde vocês estão crescendo bastante, mas que na nossa leitura tem dois pontos para a gente pensar. Acho que no consignado privado tem sempre essa questão de criação de cap na taxa de juros, semana passada teve um ponto específico sobre o custo efetivo total, então gostaria que se você explorasse essa questão. Como é que vocês enxergam isso e a questão do apetite do consignado privado e nas micro, pequenas e médias empresas, a questão do suporte dos programas governamentais. A gente sabe que isso tem ajudado bastante na inadimplência nesse setor e mesmo assim você, como bem destacou, ainda espera uma piora adicional de uns 10 ou 20 bps no NPL dessa carteira. Você enxerga uma sustentabilidade desses programas governamentais por mais um ano? Dois anos? Enfim, essas seriam as minhas duas perguntas sobre dois pontos da carteira de crédito. Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Obrigado, Gustavo. Bom te ver aqui de novo. Obrigado pela pergunta. Deixa-me começar na ordem das suas perguntas, pelo consignado privado. O primeiro ponto a destacar é que lá atrás, logo que o produto foi lançado, eu fiz conversas com investidores, falei no *call*, falei em conversas com grupos de investidores de como eu via, como é que o banco via a evolução do consignado CLT. Primeiro, o Itaú era líder naquela época com 30% de mercado, mas era um mercado de R\$ 40 bilhões. Então, entendíamos que teríamos uma expansão importante desse mercado. Seria natural a gente perder *share* ao longo do ciclo, porém seríamos muito mais relevantes no consignado CLT do que a gente éramos naquele momento, não do ponto de vista de *share*, mas do ponto de vista de volume de carteira. De fato, isso aconteceu. Então, quando eu olho hoje, se você olhar a série histórica, a gente é o líder do consignado CLT, com uma larga vantagem em relação aos concorrentes, e a gente assumiu um *market share* hoje que é um pouco acima de 20% para uma carteira de aproximadamente R\$ 20 bilhões. Era uma carteira de R\$ 12 bilhões quando o programa foi lançado. Então, tivemos um crescimento de R\$ 8 bilhões, aproximadamente, de carteira, com produções importantes sendo feitas ao longo do período. Só que a estratégia desde o início foi fundamental para a gente chegar aqui. Primeiro, estar pronto tecnologicamente para o lançamento no início do produto. Do ponto de vista de plataformas modernizadas e tecnologia, tivemos uma vantagem comparativa de conseguir largar no início. Não foi necessariamente dessa forma para o sistema como um todo, então isso claro que gera uma vantagem comparativa importante, mas está longe de ser a principal vantagem. Eu acho que historicamente a gente sempre avaliou muito bem, já tivemos aprendizados duros no passado, na carteira de pessoa jurídica como um todo. Então já tivemos ciclos mais duros no atacado, no varejo, mas essa lógica e essa matriz de risco que é o risco da pessoa jurídica com o risco da pessoa física, essa combinação é muito importante para definir qual que é o mercado endereçável, onde a gente quer atuar e de que forma a nossa estratégia vai ser construída. E foi nessa estratégia que a gente veio desenhando o nosso portfólio de lá para cá. Dois comentários relevantes: Primeiro, a inadimplência eu apresentei agora há pouco para vocês, o nosso over 90 é substancialmente abaixo do que a gente tem observado no mercado. Número 2, temos uma estratégia muito centrada nos clientes correntistas do banco, que é onde de fato a gente tem um relacionamento, conhece, tem principalidade e consegue, portanto, administrar a gestão de risco de uma forma diferente. E o crescimento foi dado fundamentalmente aí. Se você olhar as taxas médias praticadas, vocês vão ver que na lista dos bancos a nossa é a penúltima taxa, ou seja, é a segunda taxa mais barata, na média, que está

sendo ofertada para os clientes. E aqui a gente vê algumas questões. Primeiro: centralidade no cliente, que é aquilo que a gente vem defendendo. Se esse é o melhor produto, eu consigo atender o meu cliente da melhor forma e eu consigo ter o melhor preço, por que eu não estou oferecendo esse produto na frente de qualquer outro? Então essa é a primeira decisão que a gente tomou. A segunda é: se eu consigo trabalhar com nível de garantia, que é a combinação da PF com a PJ, eu deveria operar com taxas mais competitivas, porque a inadimplência naturalmente será menor e a criação de valor e o retorno será muito adequado. E por último, entender isso dentro da oferta integral do cliente. Eu não olho esse produto isoladamente, eu olho esse produto e olho toda a oferta de crédito que esse cliente tem acesso em todos os seus produtos para que a gente faça um *pricing*, uma gestão de risco na visão cliente, eu não ignoro. E por último, tem sempre o risco, porque se eu não fizer isso nos meus bons clientes ou nos clientes que a gente definiu onde a gente precisa crescer, em todos eles, nos clientes target, e se alguém fizer, eu vou ficar subordinado. Então a gente olha exposição de risco total, mas a gente olha a questão de subordinação também, é um tema importante. Então a questão do cap, que é a sua pergunta, o impacto para a gente é irrelevante, embora, sendo muito transparente aqui, a gente não acha adequado caps em operações de crédito. Sabemos que isso produz artificialidade e você tira públicos do mercado, sendo que esse é o produto mais adequado onde você consegue chegar com preços mais competitivos. Dito isto, para essa mecânica de cap que está estabelecida no nosso portfólio Itaú Unibanco, dado que a gente opera nas menores taxas do mercado, as nossas taxas médias são abaixo das taxas médias praticadas pelo mercado. Vai ter uma certa convergência, vai ter aquele cálculo de um desvio padrão, um fator K. Então eu acho que essa calibragem vai ser fundamental, porque o risco é a gente errar na calibragem para baixo, colocando um cap, assim como a gente viu em outros produtos que acabaram tirando públicos do mercado. Aconteceu no INSS, a gente tirou públicos relevantes do mercado, sendo que é o crédito mais competitivo em que a gente deveria dar mais foco. Então, eu tenho essa questão em relação ao cap. Mas volto a dizer, para o nosso portfólio da forma como a gente está crescendo e produzindo, a gente está superconfortável com as condições atuais. Essa era uma das perguntas que era o do consignado. A segunda pergunta era sobre SMEs. E aí a gente falou bastante dos programas governamentais. Eu acho que os programas foram muito bem-sucedidos, tanto o PRONAMPE, o FGI, o ProCred. Atuamos desde o início, mais uma vez, na visão cliente. Se eu preciso atender bem o meu cliente, eu preciso dar acesso a ele aos produtos mais competitivos, com os melhores preços. Para que ele tenha a capacidade de prosperar num ciclo mais longo. Então, a gente vem liderando desde então a disponibilidade desses programas governamentais para todos os clientes, em todos os programas. Ano passado houve um retorno importante do FGI, porque nós propusemos inclusive, na época, para o BNDES, para o governo, uma utilização maior dos *first loss* que foram estabelecidos. A gente dizia: olha, dá para fazer uma alavancagem ainda maior. O governo se conscientizou de que, de fato, tinha uma oportunidade. O BNDES teve um papel preponderante nessa decisão, apoio do Mercadante, Alexandre Abreu, eles entenderam a dinâmica e propuseram então um retorno para o mercado de volumes relevantes para o FGI. Foram aplicados recursos, esse ano a sensação térmica é de recurso menor, porém, já recentemente, conversas com a própria Fazenda, que desde o início entendeu a efetividade desse programa, resolveu fazer um aporte adicional, já tem mais R\$ 2 bilhões comprometidos dentro do FGI, que traz para o mercado mais R\$ 25 bilhões de linhas, e esse é um primeiro aporte de vários que podem acontecer ao longo do ano, porque dos

programas governamentais, dos mais eficientes tem sido o PRONAMPE e FGI. Então, com as informações que a gente tem hoje, a gente não antevê nenhuma parada abrupta, ao contrário, acho que a gente vai continuar sustentando, mas em algum momento você vai ter que fazer uma transição no portfólio, vai depender muito do apetite, seja desse governo ou dos planos que vierem pela frente. Então, vamos ter que acompanhar de perto, é difícil antever mais 1, 2 anos pela frente. Mas para o ano corrente e olhando pelo menos mais 1 ano para frente, a gente entende que esses programas vão ter papel muito relevante, seja no atendimento dos clientes, seja na inadimplência. E o atraso mecânico que você comentava, ele tem esse efeito de 10 a 20 bps no NPL, mas ele não gera esse efeito na perda esperada. Por quê? Porque as garantias são muito fortes, portanto, ele não afeta o custo do crédito.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Bom, agora para a próxima pergunta nós temos o Renato Meloni, da Autonomous. Renato, pode seguir, por favor.

Renato Meloni (Analista Sell Side da Autonomous Research)

Bom dia, pessoal. Parabéns novamente pela resiliência dos resultados. O cenário está difícil. Eu queria focar um pouco na carteira de pessoa física e parabéns pelas informações adicionais aqui, ficaram excelentes. Então, olhando no gráfico que vocês mostram de alavancagem de pessoa física, qual que é a expectativa que vocês têm agora dentro desse ciclo em termos de aumento, redução, manutenção desse indicador que é importante para as originações? E eu estou pensando aqui, dado o foco que vocês têm num público mais seletivo, se em algum momento vocês esperam chegar numa limitação de crescimento dessas carteiras. E se você puder expandir também um pouco o seu comentário agora sobre as SMEs, em cima também, pensando aqui no ciclo, você mencionou mais um ou dois anos que os programas conseguem sustentar um nível similar de crescimento. Pensando quando isso se estender, ou se extinguir, você acha que o ciclo de crédito pode estar num momento mais prolífico e até alavancando aqui na plataforma do EMPS, vocês podem expandir mais o universo de empresas pequenas para as quais vocês estão emprestando? Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Obrigado você, Renato. Bom te ver aqui de novo, obrigado pela pergunta. Olha, primeiro, eu acho que nas carteiras de crédito da pessoa física, a gente continua vendo capacidade de crescer. A gente tem crescido 2 dígitos, a gente tem conseguido penetrar nos clientes onde a gente via que tinha oportunidade de continuar crescendo, sempre nessa lógica de cliente target, visão de longo prazo. Então, a gente continua bastante confortável com essa fortaleza e a capacidade de crescer nesses públicos mais resilientes: número 1. Número 2, eu acho que a migração que a gente fez do One Itaú trouxe para a gente uma oportunidade gigantesca, são mais de 15 milhões de clientes que não tinham uma relação *full bank* conosco. E a gente tem visto que boa parte desse crescimento que a gente tem observado no Uniclass, especialmente no Personalité, tem vindo desse público migrado do One Itaú, que tinha um produto com a gente e hoje mais de 60% da base já tem mais de 3 produtos com o banco. O que mostra que a gente começa a operar com cliente que era *mono liner*, não tinha uma experiência de *full bank* e agora passa a ter uma experiência de *full bank*. Isso é bastante volume de clientes e de oportunidade para a gente continuar crescendo os nossos segmentos. Crescer ganhando

mercado continua sendo parte da nossa estratégia, a gente tem conseguido penetrar e crescer segmentos que a gente tem dado bastante foco. A gente tem conseguido crescer nos produtos, saindo um pouco da visão cliente para a visão produto, como eu falava agora do consignado, imobiliário. Eu acho que no mix de *funding* do imobiliário, se você olhar quanto a gente tem hoje de Mapa 4, poupança, vis-à-vis a carteira de imobiliário, imaginando que o mercado inteiro pratique o mesmo preço no crédito imobiliário, o nosso custo marginal de captação, dado o volume maior de poupança e, portanto, uma menor sobre alocação do Mapa 4, traz para a gente uma competitividade no preço pelo menor custo de funding. Então, no mesmo preço, o nosso retorno é maior, por definição, e isso fortalece, obviamente, toda a franquia e o relacionamento com o cliente. A gente vai, naturalmente, continuar operando nos produtos que a gente sempre operou, nos produtos *clean*. Consignado tem sido uma alavanca muito, muito relevante, imobiliário também. Veículos é um bom exemplo de produto onde a gente tem sido muito mais cauteloso, a gente tem visto uma volatilidade (a gente já viu isso várias vezes) e a gente tem procurado ser mais cuidadoso, atendendo de novo os nossos clientes, mas com muito cuidado aqui, porque é um segmento de maior volatilidade. E cartão de crédito, a gente apesar, enfim, de todo o *de-risking* que foi feito ao longo do tempo, a gente tem crescido de forma relevante nos públicos target. É um produto de transacionalidade, de dia a dia, de principalidade muito relevante. Então, vejo oportunidades de continuar crescendo e não vejo nenhuma limitação hoje. Tem um fato adicional que eu queria enfatizar, que é o seguinte: no segmento de pessoas físicas, a gente já começa a ver reduções nominais no custo, com uma pressão inflacionária enorme. Então, só de ficar no zero a zero em custo já é um resultado extraordinário. Com toda a pressão que a gente tem de dissídio ou de negociações coletivas, a inflação bancária é mais alta que o IPCA, e ainda assim estruturalmente a gente tem conseguido atuar fortemente. Por que eu estou falando isso? Porque o Itaú Digital, que é onde a gente trabalha com os clientes em que o atendimento digital é preponderante, começa a operar com índice de eficiência cada vez mais competitivo. Isso gera opcionalidade de trabalhar com públicos que eu não conseguia atender bem porque o meu índice de eficiência não permitia assumir perdas adicionais. Então, na medida que a gente vai evoluindo nessa agenda, eu vou ganhando opcionalidade e consigo atuar em públicos que a gente não atuava com a mesma competitividade, mesmo apetite. Então, eu acho que a oportunidade para crescer no segmento de pessoa física especialmente, é enorme. A gente continua vendo muita oportunidade pela frente e eu estou hiperfeliz com os avanços que a gente fez de lá para cá, com todo o *refresh*, com toda a revisão estratégica, a gente está absolutamente em linha com o plano, mas esse é um ano importante de execução. Acho que 70% do que precisa ser feito será feito ao longo desse ano, mas eu estou bastante otimista com a nossa capacidade de entrega e visão de longo prazo. Em SMEs, que é o segundo ponto da sua segunda pergunta, é muito difícil antever onde esses programas terminam. O PRONAMPE é definitivo. Então não tem essa discussão de comprometimento de recursos. O FGI vai depender muito do apetite e das condições de mercado, porque se daqui 1ou 2 anos a gente tiver uma situação em que as pequenas e médias vão precisar de um apoio de programas governamentais, qualquer que seja o governo, tenho certeza que vão entender a efetividade desse programa do ponto de vista de alocação de recurso público. Então é muito difícil dizer quando e se esses programas vão desacelerar. Com as informações que a gente tem hoje, eles vão continuar existindo de forma relevante, porque eles têm sido muito efetivos, especialmente para as pequenas e médias. Fora isso, no segmento de *middle* a gente cresce com uma dependência muito menor desses

programas. A participação na carteira é uma fração do que é em SMEs, e SMEs a gente sabe que esses programas são chave para que a gente cresça com qualidade, preços competitivos, prazos adequados para as necessidades desses clientes e, portanto, com uma carteira do ponto de vista de risco muito bem defendida.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Bom, agora vamos para a próxima pergunta com Daniel Vaz, do Safra.

Daniel, bom dia.

Daniel Vaz (Analista Sell Side do Banco Safra)

Bom dia, obrigado, Gustavo, Milton e Gabriel. Parabéns pela resiliência do banco, obrigado por compartilhar novos dados sobre qualidade do crédito, acho muito legal poder ver um pouquinho da cozinha de vocês, enquanto a qualidade do crédito.

Eu queria explorar dois temas que a gente usualmente não fala aqui, que são veículos e consignado INSS. Acho que primeiro em veículos, as contratações do banco me chamaram a atenção porque elas caíram 13% no ano contra ano e o mercado, se você olhar a nível BACEN, o desembolso cresceu mais de 25%, um crescimento muito forte quando a gente olha nas financeiras. Então queria primeiro explorar esse ponto de veículos, se você puder comentar como que o banco tem visto esse segmento, se você acha que tem alguma oportunidade de ataque e como vocês querem se posicionar daqui para frente, ou se o produto tem alguns *caveats* que você não gosta e pudesse explorar aqui no call.

Segundo, no consignado do INSS, tivemos mudanças também importantes em conjunto com o Desenrola 2.0. Se você puder comentar dessa nova margem consignável que sai de 35%, que é o 45% com cartões, e agora para 30% daqui a 5 anos quando você tiver o *full phase in* dessa nova regulação, só que o cartão talvez perdendo importância, e se isso abre espaço para jogar mais ou menos nesse produto daqui para frente, nessa nova regulação. Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Obrigado pela pergunta, bom te ver aqui no call novamente. Veículos, eu comentei rapidamente na minha última resposta, esse é um segmento que a gente já atuou muito e o banco já foi líder lá atrás com volumes relevantes. Só para lembrar um pouco, em 2012, possivelmente a gente tinha uma carteira de R\$ 60 bilhões em valores nominais. Isso é uma carteira que, trazida a valor de hoje, seria possivelmente de mais de R\$100 bilhões, corrigindo o saldo lá de trás.

O que a gente vê? Primeiro, é um segmento muito volátil. Então, quando a gente vê o comprometimento de renda das famílias no patamar que a gente tem observado, juros restritivos, o financiamento de veículos se torna naturalmente mais arriscado. Em segundo lugar, recuperabilidade das garantias. Tem um novo marco legal, mas ele ainda tem etapas a serem cumpridas, o processo com os cartórios, então ele não está operando em *full power*, ou seja, nas melhores condições ainda e eu sempre falo que o veículo é uma garantia real com rodas. Então, você precisa depois encontrar o veículo, fazer a recuperação, então a taxa de recuperabilidade não é tão alta. Além disso, o mercado secundário de veículos mudou muito, a dinâmica de preço. Você recupera e vende, no passado o que era uma fortaleza, porque o

mercado estava praticando preços bastante altos, a gente vê uma convergência nos preços e os spreads são muito apertados. Então, no final do dia, na nossa lógica de criação de valor, alocação de capital e gestão de risco, a gente acha que esse é um negócio menos promissor do que a gente vê em outros negócios. Dito isto, a gente quer atender bem os nossos clientes. O nosso cliente que tem um bom risco e, quer fazer um financiamento de veículo, a gente precisa estar presente, atender o cliente nessa lógica de *one-stop-shop*, eu preciso ofertar para o cliente todos os produtos que o banco tem. Financiamento de veículos, sem dúvida, é um deles. Agora, disputar a primeira ficha ou a segunda ficha num revendedor com o mercado mais competitivo, montadoras entrando no mercado de usados, bancos ampliando os prazos do mercado de usados, uma competição muito forte, a gente prefere perder *share* do que perder dinheiro. No fundo, essa nossa estratégia, ser muito disciplinado na alocação de risco, ainda que isso produza esses efeitos que você comentou, redução de *share*, redução de risco, é algo que a gente está superconfortável, porque a gente acha que a relação risco-retorno não está adequada, então a gente prefere reduzir carteira, esse é o primeiro ponto.

O segundo ponto sobre o INSS, sem dúvida nenhuma essa decisão que foi tomada do Desenrola é no melhor interesse das famílias para tentar tirar o nível de comprometimento de renda ao longo do tempo. Informações recém-chegadas, de 48 horas em que a gente tem essa informação. Então, o que a gente precisa agora é começar a entender os impactos na nossa carteira, ou seja, é cedo para dizer, porque essa é uma transição relativamente longa. Você faz no início essa redução dos 45% para 40% de comprometimento, traz os 10% do cartão para dentro do limite, só que você tem essa redução de 2 pontos percentuais ao ano, chegando em 30% em cinco anos. Esse é o *endgame*. Você bem falou, vamos entender como é que isso vai ser. Acho que isso é uma oportunidade, até porque a gente não opera no produto de cartão consignado hoje, então o INSS é realmente relevante para a gente. A gente praticamente só produz hoje na na rede de agências e no digital, deixamos de produzir com os pastilhas por uma questão de equilíbrio financeiro, com os caps e comissões, o nível de retorno sobre capital abaixo do que deveria ser. A gente vê alguns players muito agressivos nas comissões, claramente é muito mais foco em geração de receita do que em retorno sobre capital e a gente é muito disciplinado em relação a isso. E os caps têm tirado público do mercado. Então, como a redução mais estrutural dos juros vai depender evolução da redução dos caps, a gente acha que pode ou não, dependendo da decisão do cap, trazer públicos novos para o mercado. E tem toda uma revisão agora de bloqueio de benefícios, uma revisão de processo, a gente tem atuado fortemente nos nossos clientes para facilitar esse processo e a gente tem conseguido liderar em termos de produção o mercado de INSS através da rede de agências e canal digital do próprio banco.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Bom, para a próxima pergunta nós temos agora o Mario Pierry, do Bank of America. Mario, pode prosseguir.

Mario Pierry (Analista Sell Side do Bank of America)

Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade, parabéns pelo resultado. A gente entende que o cenário hoje no Brasil, não só no Brasil, globalmente, é de incerteza. E é interessante ver que o banco continua mostrando ROE nos patamares históricos. A minha pergunta, Milton, é relativa ao índice de eficiência. Você mostrou que no Brasil você já está operando agora com

índice de eficiência abaixo de 35% e a gente viu que vocês reduziram o número de agências, o *footprint*, em 15% no último ano. Mas o *headcount* caiu só 5%. Então eu fico pensando aqui, para a gente continuar vendo melhoras no índice de eficiência, se o banco teria que fazer um aperto, uma redução maior no número de pessoas. Como é que você vê esse quadro evoluindo? Ou se você acha que tem espaço ainda para continuar melhorando eficiência só com melhoras operacionais? E pegar aqui um pouco a sua perspectiva, qual patamar você acha que você consegue trazer esse índice de eficiência e se para ter melhoras deveríamos ver um foco maior em redução no número de pessoas? Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Obrigado você, Mário, bom te ver aqui de novo, obrigado pelas considerações iniciais. Eu sempre faço o *disclaimer* de que esse índice de eficiência é no consolidado. Então é muito importante a gente olhar o *breakdown* entre atacado e varejo. O varejo rodando com índice de eficiência um pouco mais alto do que o do consolidado e o atacado com Latam rodando com índice de eficiência um pouco abaixo. Então, eu diria assim: no mundo do atacado, para simplificar muito, rodamos benchmark global, acho que a gente é primeiro quartil ou primeiro decil em índice de eficiência, sempre tem oportunidade. Enfim, estamos hiper disciplinados para entender, potencializado por inteligência artificial, desoneração comercial, como é que a gente pode avançar mais. Então essa é uma agenda constante. No varejo, é *game changer*, a mudança de índice de eficiência. Então, todo plano, eu sempre falei, que ainda que o custo do banco cresça no ponto médio do *guidance*, 3,5% esse ano, se a gente olhar por dentro, a sensação térmica entre os vários negócios é muito diferente. Então, no segmento de pessoa física, onde é vital a gente reduzir o índice de eficiência, e mostramos na divulgação para vocês que a gente chegou a 40%, teve uma redução importante de tri contra tri, a gente está com 40% de índice de eficiência no varejo. Quando eu olho o segmento de pessoa física, nós conseguimos observar que é lá que é onde a gente precisa melhorar, o índice de eficiência do varejo como um todo está em 40%, e aí tem pessoa física e pequenas empresas. No segmento de pessoa física é onde precisamos acelerar ainda mais a competitividade. Então a gente já tem reduções nominais do custo no segmento de pessoa física. Acho que essa é uma notícia superimportante. E nós continuamos acreditando que tem um espaço importante para fazer o ajuste, que passa por uma revisão de modelo de negócio, proposta de valor, o Itaú Digital cada vez com mais ênfase. O ajuste do *footprint* é meio inevitável. Hoje 97% das nossas transações já são digitais. O fluxo de visita às agências reduziu, do pré-pandemia para agora, em 70%. Essa é a redução de visitantes mensais nas nossas agências. O cliente está indo para o digital. E não é simplesmente tomar uma decisão de redução do footprint, mas é como que ajustamos o nosso modelo para atender os nossos clientes e ter um atendimento cada vez mais digital, especialmente nesses públicos onde índice de eficiência faz toda a diferença no atendimento, é fundamental para a gente abrir as opcionalidades que eu falava. Então, esta revisão do modelo de atendimento está sendo feita *as we speak*, e é natural que ela aconteça. E isso potencializado por todas as tecnologias disponíveis, AI, e por aí vai. Então, a gente deve ver o índice de eficiência do varejo naturalmente caindo ao longo do tempo. As receitas já são diferentes do que eram lá atrás, teve *cap* de taxa de juros do cheque especial, por exemplo, mas é para lá que a gente vai. E o Gabriel tem liderado esse processo aqui com todos os membros do Comitê Executivo, enfim, todas as áreas extremamente mobilizadas e dedicadas para levarmos esse índice de eficiência para o lugar onde ele tem que estar. E aí, obviamente, todo o restante é consequência dessa

estratégia. Qual é o modelo? Se é full digital, se é um atendimento remoto, como é que a gente atende o média renda, como é que a gente atende a alta renda. Cada segmento vai ter seu posicionamento. Então, no tri passado, eu trouxe para vocês um slide que mostrava segmento onde a gente já é referência em eficiência, segmento onde a gente precisa ganhar escala operacional. A gente continua muito animado com os avanços e é para lá que nós vamos, com qualidade, com uma estrutura digital cada vez mais potente, com NPS alto, com eNPS dos colaboradores nos maiores patamares. Então, fazendo isso bem-feito, absorvendo o *turnover* com muita qualidade, cuidado na comunicação, é fundamental para atravessarmos essa ponte, e eu estou bastante otimista que a gente vai chegar lá muito forte do outro lado.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Bom, agora para a próxima pergunta nós temos o Yuri Fernandes, do JPMorgan. Bom dia, Yuri.

Yuri Fernandes (Analista Sell Side do J.P. Morgan)

Obrigado, Gustavo. Bom dia, Milton e Gabriel. Parabéns pela execução da estratégia! Eu gostaria de voltar para o ponto de ROE, mas quero perguntar da relação do ROE contra o crescimento. A gente sabe que é uma escolha manter um ROE alto, porque pode ter uma questão de preço e de despesa com programa de recompensas, que conseguimos ver em algumas linhas de vocês, e o banco têm mantido esse ROE. Acho que o Milton comentou que a racionalidade e a boa alocação de capital têm guiado historicamente o Itaú. Então, eu queria perguntar um pouco sobre esse balanço, porque acho que foi um trimestre bom, porém, o ponto mais negativo do trimestre talvez seja a linha de *fees*. Quando olhamos a linha de *fees*, existem várias coisas que parecem transitórias: conta corrente caindo bastante, e deveria normalizar eventualmente. Eu acredito que o próprio *fee* de emissão de cartões ainda esteja muito pressionado por despesas com programas de recompensas. Então se você puder comentar, Milton, como a gente deveria pensar o posicionamento do banco na questão de ROE contra crescimento? Porque acredito que 2026 talvez seja um ano de transição. Ainda temos várias pressões de *fees* acontecendo, com um ainda ROE muito alto. Mas eu imagino que, com esse *Cost to Serve*, o Itaú vai poder voltar a acelerar o crescimento. Então, não sei se vai ser a diminuição eventual do ROE, e o banco voltando a ganhar *market share* em outros produtos fora das oportunidades que a gente já discutiu. Então, é pergunta bem genérica e mais estrutural, mas eu queria ouvir um pouco disso para balancear esse *profitability* muito alto contra *growth*. Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Perfeito, Yuri. É bom te ver também, e obrigado pela pergunta. A nossa lógica é crescer, essa é a dinâmica do banco. O meu objetivo não é ter um banco menor com maior rentabilidade. Eu acho que é a combinação das duas coisas no longo prazo que a gente busca todos os dias. Pensa que com R\$ 1,5 trilhão de carteira de crédito, ou com R\$ 1,3 trilhões no Brasil, temos a capacidade de testar e entender como pilotamos o nosso crescimento e onde estão as oportunidades. Então, mesmo quando fechamos os *clusters* de risco, nós sempre mantemos um percentual aberto para testar, para tomar muito cuidado, para que a gente não cometa o erro tipo 2, que é deixar de aprovar um crédito bom por achar que, do ponto de vista de risco, não valeria a pena. Então, nós temos testes acontecendo agora, em todos os lugares do banco. Número 2, rentabilidade, sem dúvida têm sido muito relevante para nós, e não temos visto

oportunidades de crescimento que não são aproveitadas. Eu não estou deixando de crescer para aumentar o ROE. O custo de capital está colocado e nós operamos, então, não é restrição de rentabilidade. O que de fato restringe o crescimento é risco. Então eu acho que esse é o principal fator hoje, especialmente para crédito. Crescer carteira é muito rápido quando você abre o crédito, mas, depois, você passa 2 ou 3 anos explicando os atrasos, pagando provisão e desacelerando nos públicos onde você quer acelerar, além de consumir capital de forma inadequada. Então, eu acho que essa disciplina é fundamental. É um balanço forte, com disciplina, que quer crescer, mas dentro das oportunidades que nós entendemos que são sustentáveis em ciclos mais longos. E não vemos nenhuma restrição para o crescimento, hoje. Dito isso, quando a gente fala da linha de receita de serviços e seguros, de fato é uma linha que tem desafios para esse ano, em linha com o que a gente tem visto de atividade econômica, especialmente no mercado de capitais. O consumo vai ter seus desafios. O faturamento (TPV) de cartões tem uma sazonalidade no trimestre, porque no quarto trimestre ele é tipicamente muito forte, e afeta a taxa de intercâmbio. Quando falamos do primeiro trimestre, tem um ajuste da sazonalidade, as famílias mais endividadas pagam as faturas do quarto trimestre, *Black Friday* Natal, então há uma tendência natural de consumo menor no primeiro trimestre. Então, a sazonalidade foi importante no mundo de pagamentos e cartões. Por outro lado, em despesas com programas de recompensas, ainda temos anuidades, mas estamos ressignificando e reduzindo de forma importante. Hoje, o programa de recompensas custa mais do que o resultado de anuidade, e é para esse caminho que nós vamos. Isso é *by design*, essa decisão foi tomada há alguns anos, e vamos reduzir claramente o que a gente chamava de receita de risco, mas que geram atrito com o cliente e reduzem o valor do ciclo de vida do cliente. Porque se eu defender essas tarifas no curto prazo, essa transição é mais suave, mas no longo prazo eu só perco o cliente. Então, não faz sentido. A gente não quer perder o cliente, nós queremos aumentar o tempo de relacionamento e a principalidade com esses clientes. Nós abrimos a linha de conta corrente pessoa física para mostrar para vocês a direção. Eu não estou discutindo com o regulador o significado da lei 3.919 de tarifas, o debate é: eu preciso encontrar formas de levar pacotes que gerem valor para o nosso cliente, que sejam percebidos como valor e não como um custo, que não gerem atrito. Então, os pacotes que estão sendo desenvolvidos têm essa lógica de levar soluções para os clientes: compramos no atacado e entregamos para o cliente soluções, *streaming*, restaurantes e uma série de outros benefícios. E, com os programas de vantagens, que já estamos trabalhando há bastante tempo, nós premiamos o relacionamento com o cliente e o engajamento no longo prazo. Então, estamos muito confortáveis com esse binômio de crescimento e programas de recompensas que oferecemos em todos os segmentos. Eles têm uma penetração importante, com resultados muito relevantes e muito bem geridos, para que a gente consiga ter um equilíbrio adequado. Agora, as receitas de anuidade, tarifa de conta corrente da pessoa física, PIX na pessoa jurídica, todas são tarifas que já estão passando por um processo de transição há bastante tempo. Então, de novo, é uma força negativa sim, mas isso traz muitos benefícios no longo prazo, especialmente a principalidade e reciprocidade no relacionamento com o cliente. Por outro lado, a penetração de seguros cresceu ao longo dos últimos anos, este ano não é diferente. Então, seja em vida, ou em prestamista, estamos aumentando a penetração com ofertas super integradas para os nossos clientes. Nós vemos muita oportunidade em outros públicos hoje que não são bem explorados. Então, a atuada para seguros é de um crescimento acima de 10% a 15%, tranquilamente. Olhando para frente, a gente espera continuar crescendo o resultado e o

bottom-line. E, em serviços, vai depender muito de atividade econômica. O mercado de capitais está 30% ou 40% mais fraco, é claro que vai afetar essa linha. Por outro lado, a vantagem de ser um *full bank* é que temos um outro portfólio completo que ajuda a lidar com situações como essa. Você pode não ir tão bem em uma linha, mas você vai melhor no Produto Bancário e na margem com clientes. Você pode não ir tão bem nessa linha, mas ter um custo do crédito muito adequado conseguir uma alavanca de custos em que você consegue trabalhar com uma eficiência melhor. Então, acredito que esse é o conjunto da obra, mas de fato existem pressões e a gente precisa lidar com elas.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Para a nossa nona pergunta do dia, temos o Eduardo Rosman, do BTG Pactual.

Rosman, pode prosseguir. Bom dia.

Eduardo Rosman (Analista Sell Side do BTG Pactual)

Bom dia, pessoal. Eu queria perguntar sobre inteligência artificial. Acho que ainda é muito difícil para a gente aqui de fora conseguir tangibilizar quem serão os ganhadores e os perdedores, mas em tese quem vem fazendo uma boa transformação digital, como vocês, deveria ter uma grande vantagem na implementação de AI. E aí eu queria perguntar: Milton, o que você recomendaria que deveríamos perguntar e observar? Tanto para os executivos quanto nos números dos bancos, ao longo do tempo, para tentar ter uma boa leitura de quem está na frente. Obrigado.

Milton Maluhy (CEO)

Bom, obrigado, bom te ver, Rosman. Obrigado aí pelas palavras, li seu relatório também com atenção. Obrigado pelos pontos e considerações que foram feitos. Primeiro, deixa eu aproveitar, e a gente não combinou, mas eu vou aproveitar sua pergunta e vou fazer um marketing aqui e um lançamento oficial. Nas próximas semanas, a gente vai lançar a primeira maquininha de adquirência, a Laranjinha *Powered by AI*, com um sistema de AI integrado na maquininha, conversacional com o lojista. É a primeira maquininha do setor totalmente *Powered by AI*, com resultados de pesquisa incríveis, NPS acima de 90, adoção acima de 90%, enfim, então acho que pode ser um *game changer* neste mundo de pagamentos também. Ele nasce com uma inteligência artificial integrada e ele começa a evoluir para o conversacional, para uma série de outros pontos. E eu mesmo testei a maquininha, tenho um grande apreço pelo mundo da adquirência, já fui CEO da Redecard no passado, eu mesmo conversei com a maquininha, testei, olhei e é impressionante como você simplifica a experiência do lojista ou do vendedor ou do restaurante e facilita a transação. Ela é muito mais simples, rápida. Então, muito animado com o lançamento. Em breve vocês vão ter mais notícias, as equipes vão fazer o *press release*. Então, obrigado pela pergunta, deixa eu te falar o que eu acho. O que eu acho que vocês precisam cobrar, no final do dia, é resultado. Porque a gente aqui do nosso lado, ao invés de ser a corrida pelo maior número de modelos em produção, isso não necessariamente se traduz em resultados concretos, relevantes e estruturantes. Eu acho que a organização do banco se deu muito no entorno de AI, isso em todos os níveis da organização, partindo do Comitê Executivo. Então, o banco precisava de definições claras de quais são os *layers*, desde os *enablers* indo para a camada de cliente, como é que a gente faz isso *cross*. Não adianta uma área avançar muito rápido se as outras áreas corporativas não andarem na mesma velocidade, enfim, só para

dar um exemplo. Então, a gente se propôs a fazer o que a gente chama de fundação da inteligência Itaú aqui dentro do banco. A gente montou todo um *guardrail* interno para garantir que a gente consegue levar modelos na visão cliente sem que esses modelos criem problemas ou alucinem na ponta. Então, toda a gestão para garantir conhecimento, know-how e adoção do banco foi feita. Então, cada vez mais os colaboradores têm acesso a informações e a gente definiu claramente quais são os grandes projetos e os mais estruturantes e relevantes para o banco. E é impressionante como as aplicações têm trazido resultado. Então, do ponto de vista de experiência de cliente, o Emps no segmento de empresas varejo, passa a ter um papel fundamental na estratégia digital da pessoa jurídica. Ele nasceu com um escopo muito limitado para que a gente pudesse aprender, fazer testes e evoluir a solução. Ele já passa a ser um pilar relevante da estratégia no segmento de empresas varejo, onde a gente vai conseguir alavancar de forma digital boa parte da base. Então é *powered by AI*. O especialista de investimento, a gente está lançando agora o Agente Global, em que você vai poder ter acesso, eu sei que você não tem conta corrente no Itaú, imagino que você tenha sua conta corrente no BTG, mas eu recomendo que você abra uma conta no Itaú e teste o que é o Agente Global, em que você vai ter o seu DNA totalmente analisado e aí passa a ter uma relação conversacional com o banco, isso é *game changer* na nossa visão, você deixa de ser um banco transacional para um banco cada vez mais consultivo e hiper personalizado em todas as áreas, passando por finanças, RI, jurídico, RH, todas as áreas *powered by AI* em vários processos. Então, o que eu acho que vocês precisam falar com os bancos e entender é, primeiro, o resultado. Isso tem que estar traduzido em maior eficiência, sem dúvida nenhuma, maior capacidade de geração de top-line, maior produtividade, naturalmente, dos times, porque você tem uma desoneração muito grande das equipes na medida em que você vai trazendo soluções. E é "e", não é "ou". Então a gente acha que essa combinação do humano com desoneração, podendo atender e dar uma consultoria de mais qualidade, com mais tempestividade, vai fazer toda a diferença. E também nos modelos de crédito, a gente fez com a NEO Space uma parceria muito relevante, a gente tem lá um investimento feito nessa companhia, que tem criado modelos de LDM, que são os Large Data Models, não são os Large Language Models, e lá a gente tem atuado em frentes relevantes, modelagem de crédito é uma delas, fraude é uma delas, CRM é outra. Então, isso tudo vai trazer mais produtividade, mais acurácia, mais tempestividade, mais eficiência. Então, eu acho que isso vai ter que estar traduzido nos números no final do dia, porque se eu te contar tudo o que a gente está fazendo e os resultados continuam andando da mesma forma, será que são estruturantes ou tem melhorias menores e pouco relevantes? Enfim, então eu acho que no médio e longo prazo as mudanças podem ser transformacionais. E a gente tem que saber comunicar e explicar isso para vocês, para tangibilizar o que está sendo feito de fato. Eu citei aqui uma série de iniciativas, é o Pix no WhatsApp, etc., mas de novo, tem *game changers* relevantes sendo feitos aqui dentro do banco e eu tenho certeza que a gente vai conseguir demonstrar isso para vocês no tempo com mais clareza, tá? Mas a da Rede eu acho que é um caso claro do que a gente vai conseguir fazer com inteligência artificial e mudar a experiência de pagamento dos nossos clientes.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Para a nossa nona pergunta do dia, temos Labarta do Goldman Sachs.

Tito Labarta (Analista Sell Side do Goldman Sachs)

Obrigado, Gustavo. Olá Milton e Gabriel, obrigado pela conversa mais aprofundada e por responderem minha pergunta. Vou seguir com a pergunta do Yuri sobre o *guidance*. Eu sei que houve alguma sazonalidade no trimestre e o pagamento de dividendos impactou especialmente a margem financeira com os clientes. Mas a linha de receita de serviços e resultado de seguros tem um crescimento esperado de 5% a 9% para o ano no *guidance*, e vocês ficaram no limite inferior ou um pouco abaixo disso no 1T26. Em seguros, eu sei que foi um pouco mais resiliente. Como devemos pensar sobre o desempenho dessa linha no restante do ano e sobre a capacidade de vocês entregarem *guidance*, especialmente com algumas preocupações crescentes sobre qualidade do crédito? E agradeço o panorama que vocês deram. Certamente, vocês estão em uma posição muito melhor que o mercado. Mas, considerando essas preocupações, como vocês avaliam a capacidade de talvez acelerar o crescimento ao longo do ano e, quem sabe, ter uma tendência de receitas um pouco acima *guidance*? Obrigado.

Milton Maluhy (CEO)

Olá, Tito. Ótimo te ver. Obrigado por participar. É sempre um prazer tê-lo aqui conosco. Então, deixe-me te dar um pouco mais de detalhes sobre o *guidance*. Acho que ainda estamos no primeiro trimestre, mas, claro, temos nossa perspectiva para fazer estimativas de como deveríamos terminar o ano.

Ainda estamos confortáveis com o *guidance* divulgado. Acho que no crescimento da carteira, estamos confiantes, embora ainda tenhamos desafios pela frente, então vamos ver como será nos próximos trimestres. Margem financeira com clientes, acreditamos que estamos entregando. É possível chegar aonde queremos devido ao nível de crescimento da carteira e spreads. Pelo lado dos passivos, em investimentos, temos tido um desempenho muito bom. Os números recentes de mercado mostram que estamos ganhando market share. Então, de modo geral, acho que em margens financeiras, apesar do evento que tivemos apenas no primeiro trimestre e alguns efeitos de calendário também, não acredito que teremos problemas. Custo de crédito, eu sempre bato na madeira três vezes aqui só para garantir que conseguiremos entregar. Mas, com as informações que temos hoje, estamos confortáveis com o *guidance* para custo de crédito. A única linha em que vejo mais para o limite inferior é serviços e resultados com seguros. Essa, como mencionei algumas vezes, acho que é o maior desafio para o ano. Pelo lado dos seguros, muito positivo, em serviços no geral, o mercado e a atividade não foram como esperávamos, especialmente no lado de DCM, que é muito relevante para nós devido ao nível de market share que temos. Somos líderes no mercado, temos uma participação relevante, então esse desempenho está mais relacionado ao desempenho do mercado de capitais do que ao nosso. Essa é uma visão geral.

Também é importante destacar que as taxas de performance na asset management são mais desafiadoras em um ano com muito mais volatilidade como temos visto. Esse cenário é mais desafiador para margem com o mercado também, mas conseguimos entregar. Apesar da sazonalidade na gestão de ativos, a performance fee no segundo e no quarto trimestre vai depender do desempenho do mercado, da volatilidade, da geopolítica, das taxas de juros. Todos os mercados onde temos posição. Acho que essas são as linhas que precisamos ficar atentos. TPV tem a ver com consumo, com a capacidade das famílias de consumir. Isso será relevante para cartões emissor, para a adquirência. Então dependerá da atividade econômica

ao final do dia. Se você me perguntar se ainda estou confiante com o *guidance*, a resposta é sim. Se acreditamos que podemos alcançar o nível de rentabilidade que esperamos desde o início do ano, sim. Se podemos alcançar o resultado final que buscamos, a resposta é sim — e claro, a distribuição entre as linhas pode mudar, mas continuamos trabalhando duro para entregar o lucro esperado. Mas os resultados vindos de serviços e seguros estarão muito mais próximos do limite inferior do *guidance* do que as demais. Então essa é a linha que acho que está em risco. Não estou mudando o *guidance*. Se tivermos novas informações nos próximos trimestres e acreditarmos que é hora de fazer um ajuste no *guidance*, como sempre fazemos, seremos transparentes e diretos caso haja necessidade de mudança. Mas seguimos confortáveis com o que temos aqui.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

E agora voltamos para o português porque nós temos o Henrique Navarro conosco, do Santander. Navarro, pode seguir.

Henrique Navarro (Analista Sell Side do Santander)

Oi, pessoal. Obrigado pelo tempo de vocês e pela oportunidade de fazer perguntas. A minha pergunta é sobre inadimplência. O mercado tem estado bastante preocupado, e a gente também, com o ciclo de inadimplência. E na verdade são duas perguntas. A primeira é, pelo que eu entendi, por favor Milton, me corrija se eu tiver errado, você está vendo o pico de inadimplência se avizinando, ou seja, talvez entre o segundo e o terceiro tri a gente veja o pico de inadimplência no Itaú e esse número não deve ser um número que assusta, ou seja, talvez uma deterioração de mais 20 ou 30 *basis points* na inadimplência. Então essa é a primeira pergunta, se realmente a gente está próximo do pico, e se esse pico poderia ser entre o segundo e o terceiro tri e não deve ser um número que assusta. Obrigado pela informação que vocês deram no slide 8, foi bem útil para a gente. Fica claro ali que o Itaú tem uma vantagem comparado com o setor nessa gestão do risco. E a minha pergunta é: de onde que vem isso? A explicação pode ser a segmentação, pode ser os produtos, mas mesmo se a gente considerar segmentação e produtos, acho que fica assim um pouco na conta do Itaú, que vocês estão fazendo um trabalho muito bom nessa questão de gestão do risco. Então a minha pergunta é: de onde que vem isso? É o digital? Pegando um gancho na pergunta do (Eduardo) Rosman, é o AI, é o tamanho do *data lake*, é a maneira como vocês gerenciam o *data lake*? E, se realmente é o digital, se é o AI, com o avanço e AI se tornando uma commodity, vocês veem um risco de algum competidor alcançar vocês nessa excelência? Ou, na verdade, vocês têm muito mais a ganhar com a evolução do AI porque ainda tem muita coisa para ser feita em termos de melhora e trimagem aí desse ajuste de risco? É isso, pessoal. Obrigado.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Obrigado, Henrique. Bom te ver aqui, obrigado pela pergunta no call! Olha, primeiro, sobre inadimplência, com todos os *caveats* de que as coisas sempre podem mudar, a gente está em um mercado muito dinâmico. Eu diria que a minha expectativa para os índices de atraso ao longo dos próximos trimestres é de relativa estabilidade. Eu não estou nem antecipando o pico, eu estou dizendo que já estamos estruturalmente em patamares de atraso over 90, em que eu tenho relativa confiança. E quando eu falo estabilidade, 10 bps para cima ou 10 bps para baixo, é estabilidade. Então, no atraso over 90 da pessoa física, olhando para frente com as

informações que eu tenho hoje, é de relativa estabilidade. Claro, se mudanças vierem e o cenário se tornar mais desafiador, iremos prontamente avisá-los. Mas, com a melhor informação que temos hoje é de uma certa estabilidade na pessoa física, de novo, mais ou menos 10 bps, acho que é super estável, dados os níveis. E, são patamares muito abaixo do que o banco rodava há tempos atrás. A capacidade de geração de *top-line* mudou de lá para cá. Então, não dá para imaginar que você vai operar com o mesmo nível de custo do crédito que você operava lá atrás, onde você conseguia extrair mais valor. Não tinha alguns *caps*, não tinham outros produtos. Então, hoje você tem uma dependência no crédito maior do que você tinha na época. Você precisa rodar com atrasos em patamares mais baixos para ter um nível de rentabilidade adequado. E, aqui olhamos a NIM ajustada ao risco. Então, é a combinação das duas coisas. Crescemos margem financeira líquida de PDD. Não adianta crescer o *top-line*, entregar tudo no custo do crédito e no final do dia o retorno ajustado ao risco ser inadequado. Então acho que essa é a disciplina. Onde eu acho que ainda vai ter um aumento e é uma normalização mecânica, importante deixar claro, é em SME. O efeito no todo não é material no banco, mas na linha de SME pode ter mais uns 10 a 20 bps para subir de NPL. Portanto, eu nem diria que é material, mas para ser preciso, nossa melhor expectativa é que o NPL deve rodar próximo de 2,10% nos próximos 2 trimestres. Lembrando que nessa mesma mecânica e critério a gente rodava a 2,40% há não muito tempo atrás, na mesma lógica. E outra coisa, quando divulgamos o atraso over 90, divulgamos com TVMs. Então essa é a visão da resolução 4.966, a gente já nem traz a visão anterior (só crédito). Em SMEs, onde você também tem títulos e valores imobiliários, especialmente no Middle, também está aqui o atraso, se viermos a ter nessa carteira. Então, por que SMEs vai andar? Porque boa parte dos programas governamentais já não estão mais em carência. E aí o cliente, de fato, tem um evento de pagamento, pode não pagar e ele pode correr para o atraso. Mas como temos um prazo para chamar a garantia, que é de 90 dias em alguns casos e 180 em outros, você tem esse descasamento temporal. O atraso corre, a provisão não necessariamente acontece, porque você tem uma boa garantia e depois você regulariza o atraso com a garantia honrada. Então, tem esse descasamento contábil temporal que produz esse efeito. Você pode até ter alguma provisão, mas ela se resolve dentro de um ciclo curto. E com garantias do governo, no final do dia você consegue colocar esse cliente num rating adequado, o que evita fazer provisões também. Então, é muito importante porque tem garantia do Tesouro ou do FGO, qualquer que seja a garantia. Então, eu diria que assim, olhando para frente, há uma relativa estabilidade nos indicadores de atraso, com tudo que estamos vendo de cenário. Voltando para a segunda pergunta, que é “como?”. O como eu acho que não tem uma bala de prata. Eu acho que tem uma série de elementos aqui. Primeiro, estratégia muito bem definida, uma gestão de portfólio muito bem estruturada e discutida. Tão importante quanto dar o crédito, é não dar o crédito. Muitas vezes o melhor que você pode fazer pelo cliente é não dar o crédito, porque não tem a condição ou não tem a educação financeira muitas vezes necessária. Houve uma expansão de crédito no mercado, vindo com o advento das fintechs, muito relevante ao longo dos últimos anos. Um cliente tinha 1,4 cartões em média na carteira, hoje ele tem 6, porque não tem anuidade. Então ele vai no online, pega quantos cartões ele quiser. O dia que ele tiver um problema, é a morte súbita, ele põe o cartão na gaveta, para de transacionar e ele evita ao máximo deixar de pagar o banco onde ele tem a principalidade, o fluxo, o salário, a transacionalidade. Então, principalidade faz muita diferença. A gente tem uma relevância forte nos segmentos de média e alta renda, naturalmente. Temos sim clientes que são target no

massificado, a definição de cliente target não passa necessariamente por renda. Também operamos e temos mais de 10 milhões de clientes target no Itaú Digital, que é a base da pirâmide, os segmentos mais massificados, então a gente consegue definir muito claramente qual é o perfil do cliente, quais são as condições do cliente. Então tem clientes target em todos os segmentos e também tem clientes não target em todos os segmentos. A renda não é o único fator de discriminação do risco. É muita modelagem, muito teste, muita humildade, porque crédito te faz humilde. Então, você tem que todos os dias retroalimentar. Criação de valor, alocação de capital, fundamental para que você consiga ver se as decisões que você está tomando na margem estão, nas safras, criando valor, não é visão portfólio, é visão safrada, para que você possa fazer as correções que são necessárias em tempo de correção. Muita inteligência artificial já está sendo aplicada, mas ainda é muito mais hype nesse aspecto, acho que tem benefícios concretos, mas ele não é tão estruturante no todo e a gente acha que será mais no tempo, então tem modelos relevantes vindo para a produção agora, com mudanças de gene muito altas. Então, com a performance dos modelos mudando de forma relevante, mas ainda em testes e alguns já em produção, mas a expectativa aqui de um avanço relevante. Então, não tem bala de prata. Agora, franquia é muito importante, principalidade é muito importante para inadimplência. E construir um portfólio resiliente, ter a disciplina de alocar nos clientes certos, no segmento certo. E ter a disciplina de não fazer. Eu acho que é isso o importante. Então, essa relação risco-retorno bem balanceada, no longo prazo, ela traz valor, tira a volatilidade do balanço, aumenta a sua criação de valor e traz consistência no longo prazo. Enfim, então acho que é nisso que a gente acredita. Agora, erramos também, aprendemos com os nossos erros, cometemos novos erros, aprendemos de novo. Tem muito aprendizado. E para tudo isso funcionar, a modernização que a gente fez de plataforma e arquitetura de dados foi chave. Então, a gente conseguiu ter uma arquitetura de *data mesh*, dado centralizado, modernização de plataforma, isso foi *game changer* para a gente. Porque hoje o dado é democratizado no banco, ele é um dado de qualidade, ele é tempestivo, todo mundo consegue usar e usar rápido, você consegue reagir com a modernização de plataformas online e fazendo os ajustes de gestão. E o capital humano, para concluir, não posso deixar de reconhecer. Eu acho que é ter as pessoas certas, equipes competentes, motivadas, engajadas, com qualidade de gestão, atitude correta e com uma visão de longo prazo, incentivos adequados. Então, também passa por incentivos. Se você erra a mão nos incentivos, e a gente vê muito isso acontecer na indústria, é onde você perde o resultado no longo prazo. Então, ter incentivos bem alinhados para o longo prazo e com o acionista é fundamental.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

E agora, para a última pergunta do dia, temos Carlos Gomes Lopes, do HSBC. Carlos, pode seguir, por favor.

Carlos Gomes Lopes (Analista Sell Side do HSBC)

Mais uma vez, muito obrigado pela disponibilidade do seu tempo. Tenho duas perguntas rápidas.

A primeira é sobre a sua alíquota de imposto, que está um pouco abaixo do guidance que vocês divulgaram para o ano. Normalmente, ela é mais alta no primeiro trimestre, então gostaria de entender se houve algum motivo específico ou se vocês acreditam que podem, de fato, superar o guidance em termos de alíquota efetiva de imposto.

A segunda é sobre a carteira de agronegócio. Vocês mencionaram ter cerca de 20% de participação de mercado. Os programas de apoio do governo estão alinhados à sua carteira? É algo que vocês estão utilizando? E vocês têm alguma visão sobre como esse mercado está começando a evoluir?

Milton Maluhy Filho (CEO)

Obrigado. Carlos, é um prazer falar com você — obrigado pela sua pergunta.

Começando pela segunda pergunta: não, os programas do governo não são específicos para o agronegócio. Claro que, se houver alguma similaridade com o perfil de clientes elegíveis a esses programas, pode haver uma coincidência, mas eles não foram desenhados para o setor agrícola. Acho, inclusive, que isso é algo que deveria estar no radar do governo — se houver algum desenvolvimento voltado especificamente para o agronegócio, isso seria relevante para o mercado como um todo. Mas, no momento, não há discussões nesse sentido.

Sobre a alíquota efetiva de imposto, vou passar a palavra ao Gabriel para comentar em mais detalhes. De toda forma, seguimos confortáveis com o guidance, e vocês verão que houve alguns efeitos específicos no primeiro trimestre, mas a tendência é de convergência da alíquota ao longo do ano. Gabriel, se quiser complementar.

Gabriel Moura (CFO)

Olá, Carlos. Como o Milton comentou, estamos bastante confortáveis com o guidance que divulgamos.

Se pensarmos no banco em termos de alíquota efetiva de imposto, há dois principais fatores. Como você sabe, o primeiro — e de maior impacto — é o JCP (juros sobre capital próprio). E, se você observar, o volume de JCP neste trimestre foi maior do que no primeiro trimestre do ano passado e também maior do que no quarto trimestre de 2025. O segundo fator relevante é a distribuição de contribuição de resultados entre as empresas do banco — ou seja, a geografia entre as diferentes empresas que temos (financeiras e não financeiras), pois há diferenças de alíquotas. Existem sazonalidades associadas a esses dois pontos. No primeiro trimestre, esses fatores levaram a uma alíquota efetiva de imposto mais baixa, mas a tendência é que isso se normalize ao longo do ano, convergindo para o guidance que temos atualmente.

Gustavo Lopes Rodrigues (Diretor de Relações com Investidores)

Bom, com isso nós encerramos nossa sessão de Q&A. Obrigado, Milton, obrigado, Gabriel, e obrigado a todos vocês que participaram da nossa videoconferência de resultados. Agora eu passo a palavra mais uma vez para você, Milton, para as últimas considerações.

Milton Maluhy Filho (CEO)

Tá ótimo, obrigado, Gustavo, obrigado, Gabriel, é sempre uma honra tê-los aqui nessa conferência de resultados. Bom, pessoal, eu acho que, enfim, bastante tempo de debate, sempre ricas as perguntas de vocês, sempre muito importante a gente trabalhar com essa transparência, essa proximidade com os investidores. Enfim, os desafios estão aí e todos aqui estamos com os pés no chão. Como eu sempre falo, bons resultados passados não gerem a acomodação futura, isso é o que eu mais falo aqui dentro do banco, esse é um jogo infinito, nunca estamos satisfeitos, a gente sempre sobe a barra a cada trimestre, o que a gente pode

fazer melhor e fazer melhor pelo cliente no final do dia. E é onde a gente tem investido a maior parte dos nossos recursos, tempo, agenda, é olhar para o cliente, como é que a gente atende melhor o cliente, e o resultado naturalmente vai acompanhar essa evolução no longo prazo. A gente está muito animado com tudo que a gente construiu e feliz com os resultados, mas evidentemente sempre atentos aos desafios. Acho que tem muitos desafios pela frente, tanto no macro quanto no micro, é um ano de eleição, tem todo esse tema geopolítico, todo dia uma notícia. Hoje o noticiário era um noticiário de paz, mas essas coisas mudam muito rapidamente. Acho que o mais importante é ter disciplina. Ter essa humildade de olhar para fora o tempo inteiro, reconhecer que tem muita gente boa, muita gente competente, concorrentes muito competentes. Então, o nosso trabalho é melhorar e evoluir todos os dias. Queria agradecer o tempo de vocês, a participação de vocês, feedbacks. Semana que vem tem a conferência em Nova York, então estaremos lá, enfim, com a maior audiência de uma conferência com participação de CEOs da história, mais um ano em que a gente vai dar foco em todos os eventos da nossa conferência, o evento tech, vai ter um grupo de esportes, vai ter o New York 100 anos no primeiro ano com *keynote* speakers espetaculares e depois a própria conferência em si, eu mesmo estarei lá, devo encontrar boa parte dos investidores locais e analistas, enfim, então estaremos lá para responder mais perguntas, tá bom, gente? Agradeço mais uma vez e nos vemos em breve. Até semana que vem. Um abraço a todos.