

Transcrição – Resultado 3T23

[Renato Lulia]

Olá, bom dia a todos! Eu sou Renato Lulia, Diretor de Relações com Investidores e Inteligência de Mercado aqui do Itaú Unibanco. Muito obrigado por participarem da nossa videoconferência para falar sobre os resultados do terceiro trimestre de 2023, que como sempre, estamos transmitindo diretamente aqui do nosso escritório, na Faria Lima.

O evento de hoje, como de costume, será dividido em 2 partes. Na primeira, o Milton explicará a nossa performance e os resultados referentes ao terceiro trimestre de 2023. E logo em seguida, teremos a sessão de perguntas e respostas, em que analistas e investidores poderão interagir diretamente conosco. Gostaria ainda de passar algumas instruções para o melhor aproveitamento desse nosso encontro de hoje. Para quem está acessando pelo nosso site, existem 3 opções de áudio na tela: todo o conteúdo em português, todo o conteúdo em inglês ou no áudio original. Nas duas primeiras alternativas contaremos com tradução simultânea. Para escolher sua opção, basta clicar na bandeira que está no canto superior esquerdo da sua tela. As perguntas também podem ser enviadas pelo nosso WhatsApp. Para isso, basta clicar no botão que está na tela para quem está acessando pelo site ou mandar uma mensagem para o número (11) 97825-5707. A apresentação que faremos hoje está disponível para download na tela do hotsite e também, como sempre, no nosso site de RI.

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

[Milton Maluhy]

Bom dia, pessoal! Bem-vindos a mais um call de resultados, com um material bem objetivo. Vou passar pelos números do trimestre e dar uma ênfase no efeito Argentina que, como vocês viram, na sexta feira tivemos a liquidação da venda dessa operação. Vou mostrar como é que isso se dá no resultado e com o guidance mantido sem nenhuma alteração, só com um ajuste que tira os efeitos de Argentina dos sete meses que essa operação esteve presente nos nossos resultados, e como desconsideramos os cinco meses restantes no guidance que tinha sido publicado no segundo trimestre.

Indo diretamente aos números. Atingimos um resultado recorrente gerencial de 9 bilhões de reais, o que mostra um resultado bem forte, com crescimento de 3,4% em relação ao trimestre passado. Atingimos um ROE de 21,1% no consolidado. O ROE do Brasil, que é o mais comparável com o mercado, de 22%, subindo meio ponto percentual. Importante dizer que, se a gente estivesse trabalhando com o nosso capital dentro do apetite do que foi aprovado no Conselho, esse ROE estaria rodando por volta de 24%. Digo isso só para dar uma ideia do efeito que o capital traz e como ele dilui 2 pontos percentuais no ROE.

Em Receita de serviços e seguros observamos um crescimento de 3,6% no trimestre contra o trimestre, atingindo 12,9 bilhões de reais. Tivemos um custo do crédito de R\$ 9,3 bi. É a primeira queda nominal que observamos, com redução de 1,9% no trimestre contra o trimestre. Então, notícias muito boas-vindas do crédito. O índice de inadimplência está absolutamente estável, sem nenhuma novidade, o que está em linha com a mensagem que eu venho passando para vocês, já há alguns calls consecutivos. O índice de capital, que eu mencionava agora há pouco,

no nível 1, atingiu 14,6%, tem uma expansão de 1 ponto percentual no trimestre. Eu vou mostrar daqui a pouco o nosso CET1 rodando a 13,1%. Então também houve uma expansão importante no capital do banco.

Falando sobre a carteira de crédito: a carteira de pessoa física cresceu 6%, quando comparamos o ano contra ano. Quando olhamos no trimestre, o cartão de crédito ainda apresenta uma desaceleração. Mas, eu vou dar uma ênfase nisso daqui a pouco. Crédito pessoal cresceu 4,2% no trimestre. Crédito consignado caiu, e crédito para veículos subiu ligeiramente no trimestre. Então vemos carteiras em geral, com exceção do crédito pessoal, apresentando uma desaceleração, portanto, crescendo 6% no ano contra ano. A Carteira de micro, pequenas e médias empresas cresce 3,2% ano contra ano, mas já vemos uma aceleração importante neste trimestre, crescendo 3,3%, então com o efeito trimestral já passando da tendência que tínhamos visto para esse portfólio. E na carteira como um todo, já com os efeitos de América Latina ajustados, vemos um crescimento de 4,7% ano contra ano, e 1% no trimestre.

A mensagem que eu queria deixar para vocês, que para mim é a mensagem mais relevante, é que naqueles portfólios onde decidimos não parar de crescer, eles continuaram expandindo de forma relevante. Então, se pegarmos os dois segmentos de média e alta renda, o Uniclass e o Personalité, a carteira cresce 3,7% no trimestre e vemos uma carteira de pessoa física crescendo 0,6% no consolidado. No ano contra ano, essa carteira cresce 17,5%, enquanto vemos a Carteira de pessoa física crescendo 6% no ano contra ano. A de Cartões de média e alta renda cresce 3,6% no trimestre contra -0,5% no consolidado, cresce 15% no ano contra ano, contra uma queda de 0,8% no consolidado. E no crediário de média e alta renda crescemos 6% no trimestre e 24% no ano contra ano. Então, isso mostra que temos aumentado a nossa convicção no segmento de média e alta da renda, onde temos entregado e performado muito forte ao longo dos trimestres e temos feito um ajuste de carteira. Fizemos um de-risking relevante no nosso portfólio. O que salvou quase 200 pontos de NPL para o banco ao longo do período. As carteiras onde esse de-risking aconteceu de forma mais relevante foi na carteira de cartão de crédito, que já teve uma queda nominal relevante no período, e também na carteira de veículos, onde tivemos que fazer ajustes muito relevantes. Nas demais carteiras continuamos crescendo e especialmente naqueles públicos que de fato são resilientes "throughout the cycle", como falamos. Through the cycle, é assim que temos gerido a nossa carteira. Quando olhamos para a carteira do consignado, por exemplo, temos duas mensagens relevantes. A primeira é uma queda na carteira de INSS que está em linha com as informações que temos divulgado, como a própria Febraban fez, em função dos limites que foram colocados. Quando isso acontece, acabamos tirando públicos que teriam acesso a uma linha mais barata de financiamento, como aposentados e pensionistas, que acabam indo para linhas mais caras em função dessa limitação que foi colocada. Então é possível ver que as carteiras de fato caem. Quando olhamos, por outro lado, para órgãos públicos, e empresas privadas, temos conseguido expandir, crescendo acima de 12% no ano contra ano nos dois casos.

E quando olhamos a originação de crédito para micro, pequenas e médias empresas, vemos que a originação segue crescendo desde o primeiro trimestre desse ano. Em grandes empresas houve um aumento mais leve até o segundo trimestre. E, depois de lá, observamos uma demanda crescente, já atingindo 118 no ano contra ano na base 100, o que mostra que temos conseguido crescer com qualidade, sempre atentos à margem financeira líquida. Não adianta olhar só a geração de Produto Bancário, temos que olhar a geração de Produto Bancário, o custo do crédito associado e o seu retorno. Portanto, ao analisarmos a margem financeira líquida, já ajustada pelo custo de servir, é possível inferir se essas operações estão criando valor

para o acionista no longo prazo ou se estão simplesmente mostrando um crescimento de resultado que não é acompanhado pela rentabilidade do capital do acionista. Então essa é a gestão e o trabalho que temos feito consistentemente em cada um dos trimestres. Isso é o trabalho do nosso dia a dia.

Em Margem financeira com clientes temos uma boa notícia. A linha expandiu 700 milhões no trimestre, um crescimento de 3,2%. Foi um crescimento bem distribuído e equilibrado, com efeitos de volume, volume de passivos, quantidade de dias, alguns efeitos na América Latina e outros. Então um resultado bastante sólido e, pela primeira vez, mais para dar visibilidade para vocês, abrimos o efeito Argentina.

A Argentina e o capital de giro tiveram um impacto de 3,2 bilhões no trimestre passado com 2,9 bilhões do próprio capital de giro, e 0,3 bilhão de efeito da Argentina, que contribuiu com 100 milhões de resultado, aproximadamente, no mês a mês.

Quando olhamos para o final da linha tiramos 3,1 bilhões. Com 3 bilhões do capital de giro, que se compara com 2,9 bilhões, que mostra que temos conseguido hedgear adequadamente nossos investimentos e um patrimônio crescente. E neste trimestre só temos um mês de Argentina. Então mostramos esse resultado considerando o mês de julho e os outros dois meses já não tiveram efeito em resultado, porque deixamos de ter o ativo como um banco consolidado e passamos a ter o ativo Argentina como um título "available for sale", em função do processo de venda que estava em curso.

Quando olhamos a margem consolidada, ela expande trimestre a trimestre de 5,1% e atingimos 5,6% no consolidado neste trimestre. E quando olhamos para o Brasil, também observamos essa expansão acontecendo, atingindo 5,9%, 30 bases points no trimestre, que é um resultado bastante forte.

Na Margem com o mercado tivemos um trimestre em linha com trimestres anteriores, por volta de 700 milhões de reais, já depois do efeito do custo do hedge do índice de capital. O efeito no Brasil está em linha. Vemos um resultado de 1 bilhão de reais de margem com o mercado e, na América Latina, um resultado um pouco menor. Lembrando que aqui só tem um mês de Argentina e dois meses em que já tratamos o investimento como "available for sale". Portanto, não passa pelos resultados. Então esse foi o efeito de margem com o mercado, sem grandes novidades.

Para Receita de serviços e resultado de seguros quero detalhar algumas informações. Primeiro, o resultado forte quando olhamos trimestre contra trimestre de cartão de crédito e débito, conseguindo expandir em emissão, com um crescimento de 4,5%. Em Adquirência, crescimento de 2,8%. Importante ver que em adquirência, por todo trabalho de integração, de melhor gestão, de proximidade, enfim, é um trabalho realmente de engajamento dos nossos clientes, pelo qual temos conseguido reprecificar e ajustar a nossa operação como um todo. Vemos um crescimento de 18,9% ano contra ano, um resultado bastante forte. Os volumes transacionados também vêm forte, crescendo 5,3% no trimestre com boa rentabilidade, o que é mais importante.

E, na emissão, crescemos 2,9% no ano contra ano, com uma expansão de volume no trimestre de 2,7%. Lembrando que esse foi o portfólio onde fizemos mais ajuste de carteira, de fato. Reduzimos substancialmente nossa exposição ao mar aberto e esse ajuste, naturalmente, não afeta só o faturamento, mas afeta o crescimento da carteira.

Quando olhamos para a linha de assessoria econômico-financeira e corretagem, vemos um crescimento bem forte, de 22% no trimestre, e 21% ano contra ano. Em mais detalhes, ficamos no primeiro lugar no ranking de banco de investimentos, seja de renda variável, fusões e aquisições e em renda fixa, atingindo 18% de market share em renda variável, 15% em fusões e aquisições e 29% em "Debt Capital Markets", ou seja, na parte de renda fixa, que mostra que temos sido consistentes e temos entregado resultados bastante sólidos nessa linha.

Quando falamos da parte de administração de recursos, de fato houve um crescimento ano contra ano um pouco menor, com uma expansão no trimestre, mas, o mais importante é mostrar que a plataforma aberta cresceu neste trimestre. Então já sentimos um certo movimento de migração para essa plataforma. E a linha de produtos próprios vem crescendo bastante durante todo esse ciclo de aperto monetário, portanto, a aceleração é menor no tri contra tri, com aumento de 2,2%.

Por fim, em seguros, nós crescemos 19% no ano contra ano, com um crescimento de 5,4% no trimestre, o que mostra que estamos consistentemente expandindo a nossa operação de seguros e incrementando o valor dessa operação dentro do balanço do banco.

Em qualidade do crédito, nossa primeira mensagem é na visão global. Quando olhamos o Brasil, o total e a América Latina, o atraso curto cai para os três casos, e em todos, coincidentemente, sai de 2,5% para 2,3%. O que mostra que o atraso curto está bem-comportado.

Quando olhamos o atraso acima de 90 dias no consolidado, temos o total absolutamente em linha, assim como no Brasil e na América Latina.

E quando olhamos o atraso curto no Brasil, temos pelo segundo trimestre consecutivo uma queda na pessoa física, saindo de 3,5% para 3,4% e agora 3,2%.

De fato, o primeiro trimestre é normalmente mais pressionado pelos gastos do trimestre anterior e vimos que em dois períodos nós já voltamos para os patamares anteriores ao início do ano. Em pequenas e médias empresas o indicador cai 10 bps, enquanto em grandes empresas o indicador anda de lado, sem grandes novidades.

Quando olhamos o atraso longo no Brasil, em linha com o que eu tinha dito no trimestre passado, temos um índice de atraso absolutamente estável, e nossa melhor expectativa para o 4º trimestre é de uma queda no índice de atraso da pessoa física. Lembrando que essa é uma carteira que desacelerou bastante, então há um efeito de atrasos muito mais controlados E um efeito denominador, sendo que ambos mostram que estamos com uma carteira bem saudável e sem nenhuma preocupação.

Em Pequenas e médias empresas, estamos em linha com o que eu disse no call passado, que esperávamos uma expansão ainda de uns 10 bps, e foi o que aconteceu. Mas a nossa expectativa é de queda já no quarto trimestre, já que vemos que o atraso curto vem cedendo. Portanto, não temos nenhuma preocupação específica, a nossa operação de pequenas e médias empresas está vindo com rentabilidades fortíssimas, tanto no middle market como no varejo. Portanto, nenhuma preocupação específica aqui. Estamos com o custo de crédito bastante controlado.

Quando olhamos o custo de crédito nominal, temos nessa série o primeiro trimestre com uma queda nominal. É importante lembrar que no quarto trimestre tivemos o efeito da empresa varejista que acaba alterando esse número. Não fosse isso, teríamos visto um crescimento paulatino ao longo de todos os trimestres. Assim, esse é o primeiro trimestre que temos uma queda de fato nominal e no relativo caindo para 3,2%, o que mostra um número bastante confortável e com uma carteira ainda crescendo.

Em carteira renegociada temos duas notícias: a primeira é que ela aparece nominalmente estável em R\$40,9 bilhões e em relação à carteira 3,5%, o que mostra uma carteira muito controlada e comportada.

Para os índices de cobertura não temos grandes novidades. Vocês verão uma certa estabilidade, apenas pequenos efeitos, mas absolutamente estável. Ou seja, o balanço do banco continua muito bem coberto e protegido, com provisões bastante adequadas.

Em despesas não decorrentes de juros, temos um trimestre que tipicamente costuma ter efeitos mais fortes, como o acordo coletivo. Portanto, vemos a despesa de pessoal, acelerando do segundo para o terceiro trimestre, enquanto as outras despesas estão bastante em linha. Assim, vemos uma DNDJ, crescendo, 8,4% no total Brasil, e com efeito da América Latina, crescemos 6,9%.

E quais são as mensagens relevantes? Os índices de eficiência estão bastante bons, claramente muito melhores do que o que temos observado no mercado como um todo, tanto no Brasil como no consolidado, e aqui são benchmarks internacionais, temos conseguido entregar um índice de eficiência bastante adequado, e com duas mensagens:

A primeira é sobre o custo core do banco, o run the bank, que está em linha. Nós crescemos apenas 1,1% em nove meses acumulado contra nove meses de 2022. Por outro lado, o que de fato, vem expandindo esse valor, não é apenas o custo em si, mas sim um investimento que continuamos a fazer. Como eu sempre digo, o nosso objetivo não é fazer uma gestão de custo para o trimestre. No fundo, o que temos que fazer é tornar a nossa operação mais produtiva, mais eficiente, pensar em como investimos na nossa operação, investindo muito mais em tecnologia, em dados e em expansão de negócios.

Então estamos sempre olhando para a franquia no longo prazo, sempre em um horizonte mais longo de tempo. Portanto a justificativa desses investimentos todos, ainda assim sendo absorvidos no P&L com o nível de rentabilidade que eu citei agora a pouco. Então, acredito que essas sejam as principais mensagens na linha de custos.

O programa de eficiência do banco continua contribuindo de forma muito positiva. E em volumetria, se o custo unitário está igual, menor ou subindo menos que a inflação, se de fato temos mais volumes e mais negócios, esse é um custo benigno. Então, ainda assim temos conseguido financiar toda essa expansão de custo benigno, com o programa de eficiência aqui no banco.

Um dos temas mais falados ultimamente é o de dados. Falamos bastante sobre *machine learning*, modelos, inteligência artificial generativa, entre outros. Então esse é um tema que aparece o tempo todo. Assim, o que quisemos fazer aqui foi trazer um resumo das nossas várias iniciativas. Esse não é um tema de apenas uma área específica, é um tema do banco como um

todo. E temos alguns dados que mostram e reforçam o quão forte têm sido o nosso investimento e a nossa crença nessa agenda de dados. A começar pela nossa estrutura de dados, a qual está com todos os dados do banco 100% em cloud, em uma arquitetura *data mesh*, bastante moderna, fazendo com que o dado seja muito mais democratizado dentro da instituição, não sendo de uso de uma única área, mas todas passam a consumir aquele dado. E não apenas consumir, como passam a trazer os seus dados de forma muito mais eficiente para o banco como um todo. Então, trouxemos aqui alguns dados que eu entendo que são relevantes. Nós temos mais de 350 cientistas de dados na organização, mais de 200 iniciativas de inteligência artificial generativa, mais de 50 engenheiros de machine learning, mais de 150 profissionais trabalhando com inteligência artificial generativa e mais de 570 modelos sendo utilizados atualmente na organização.

Um dos cases que eu entendo que é relevante, os outcomes e não output, é o atendimento. Por exemplo, incrementamos em 45p.p. o volume de atendimento que é retido de forma automática, através dos nossos modelos, através da inteligência artificial. Já temos 72% de todos os atendimentos que são feitos, sendo conduzidos por inteligência artificial, com muito mais eficiência, precisão e velocidade, e com os NPS melhorando. E isso está alinhado com todo o investimento que eu comentei agora, em tecnologia e eficiência. Isso mostra um banco muito mais escalável e mais eficiente no longo prazo. E temos uma série de outras iniciativas, com mais segurança para os nossos clientes, já que conseguimos interagir e identificar a voz do fraudador, possibilitando proteger os nossos clientes.

Com relação a parte de produtividade e experiência de clientes PJ, nós já temos uma série de informações para toda análise de documentação para que ela seja feita com a maior precisão possível. Atualmente temos 97% de acurácia. Também temos utilizado Chatbot, para interação com os nossos clientes. Desta forma, temos utilizado os nossos modelos de inteligência artificial para vários negócios e não temos dúvida que essa será uma agenda que virá para ficar e irá expandir muito ao longo dos próximos anos.

Queremos estar na vanguarda. Nós não tivemos essa opção com a migração de sistemas para a nuvem, nós fizemos a modernização. Já aqui na agenda de Inteligência artificial nós temos tudo para liderar esse processo. Queremos estar na vanguarda dessa agenda. E também queria comentar com vocês alguns tópicos que falam de cultura e de pessoas, que para nós é muito relevante.

Nós divulgamos há pouco tempo dois objetivos: representatividade negra na instituição e mulheres na liderança. Quando nós colocamos esse objetivo, nós dissemos e que até 2025 queríamos ter de 27 a 30% de negros na organização. Nós já atingimos agora em julho 27,3%. 40% da nossa contratação hoje são de pessoas negras, o que naturalmente faz com que a gente consiga evoluir nesses indicadores.

Nós acreditamos muito que não é só uma agenda de diversidade. Ela tem que ser uma agenda de diversidade e de inclusão para que você consiga ter este fluxo sustentável ao longo do tempo e para que esses indicadores avancem de forma consistente. Estamos muito orgulhosos do trabalho que temos feito e, como eu sempre digo, não é um trabalho que tem dia e hora para acabar.

No fundo, é o novo normal. E é nessa agenda que temos trabalhado. Nós também tínhamos colocado um objetivo de chegar entre 35% e 40% de mulheres na liderança até 2025. Nós já

atingimos 35% agora em setembro de 2023. Então também já estamos no piso de baixo do nosso objetivo de 2025 e vamos continuar naturalmente avançando. Com relação ao fluxo de contratação, nosso objetivo era contratar 50% de mulheres no fluxo. Nós já temos contratado 53,8%, e aqui estamos falando de um indicador de mulheres na liderança. Quando olhamos para mulheres no quadro total de colaboradores do banco, nós temos hoje 54,3% de mulheres. Só para vocês terem uma ideia de como essa agenda é importante. E essa agenda de ESG é uma agenda que você tem que falar sobre ela. É lógico que a narrativa é importante, mas muito mais importante do que a narrativa são os resultados que você consegue entregar. E trimestralmente trazemos algum resultado, algum foco para mostrar como essa agenda faz parte do nosso DNA e como ela é um dos pilares da nossa cultura. Sobre alguns reconhecimentos, nós ganhamos pelo segundo ano consecutivo como a melhor empresa para se trabalhar pelo Great Place to Work.

E aqui não é como o melhor banco. Nós ganhamos como a melhor instituição financeira e também como a melhor empresa, no overall, acima de 10.000 colaboradores. O que eu sempre digo é que se temos colaboradores felizes, engajados, uma cultura forte, a centralidade no cliente, naturalmente teremos o cliente satisfeito. Isso tem uma conexão total.

Nós ganhamos como o lugar mais incrível para construir a sua carreira, e também ganhamos esse prêmio pelo segundo ano consecutivo. É uma notícia muito bacana. E por último, mas não menos importante, também pelo segundo ano consecutivo, nós ganhamos o prêmio Valor 1000, sendo a primeira empresa entre os bancos. Isso aqui mostra um pouco o reconhecimento que temos conseguido. Nós falamos desses reconhecimentos com o pé no chão e com muita humildade.

Isso aqui é muito importante para continuemos seguindo na nossa direção, mas com todos os cuidados e com muita humildade, porque ainda temos muito a fazer, e acreditamos que essa é uma agenda de longo prazo. Não vamos ficar aqui acomodados com esses resultados. O banco tem muito para evoluir e essa é a agenda que vamos continuar perseguindo.

Agora, mudando radicalmente de assunto, falei de cultura, falei de diversidade, falei de inclusão, falei dos prêmios. Agora vou falar de capital. Como eu disse agora há pouco, saímos de um CET 1 de 12,2% no trimestre passado e nós já tínhamos feito um proforma no trimestre passado, mostrando o que a gente já teria efeitos positivos das mudanças regulatórias, e que de fato se materializaram agora com +0,9%.

Desta forma atingimos 13,1% de índice de capital CET 1, sendo que o nosso apetite é de 11,5% definido pelo Conselho. Então houve uma expansão em todos os trimestres consecutivos, desde o primeiro trimestre de março de 2020, na pandemia, quando fizemos aquelas provisões relevantes. De lá para cá, fomos expandindo e crescendo o nosso índice de capital. Temos +0,4% de crescimento de resultado já ajustado por dividendo. Temos aqui o -0,3% de RWAs com o consumo que a gente teve de crédito do mercado operacional e o +0,9% que comentei sendo basicamente a evolução dos nossos modelos e todas as mudanças regulatórias, o que deixa o banco num patamar de capital bastante adequado. Com relação ao Banco Itaú Argentina, eu tentarei ser bem objetivo, mas é muito importante dar uma ênfase nisso para vocês. O resultado que observamos no Balanço, o RGO de sete meses de R\$ 578 milhões, acaba tendo uma contrapartida no patrimônio que não passa por lucros e perdas, que é o efeito da inflação e a variação cambial do patrimônio na Argentina.

Então, se você olha o resultado isoladamente fica com a sensação de que é um investimento “*accretive*”. Mas no fundo, quando você considera o efeito econômico, na visão acionista, nós vemos um prejuízo na Argentina nos sete meses de R\$ 113 milhões. Em função disso, tomamos a decisão de desinvestir na Argentina, operação que temos lá há muitos anos, sobretudo no negócio de escala de varejo.

Nós vamos ficar com uma operação muito pequena, no caso um escritório de representação focado em poucos grupos econômicos. Temos uma relação muito próxima, fazendo operações de mercado de capitais, banco de investimento, algumas operações de crédito, mas, achamos importante fazer esse processo de venda. O processo foi concluído de forma satisfatória com a aprovação do regulador e a liquidação financeira na sexta-feira passada.

Do ponto de vista de resultado, no fato relevante, quando anunciamos o processo de venda, dissemos que teria um resultado não recorrente de pôr volta de R\$ 1,2 bilhão. E é o resultado que de fato está se materializando no lucro deste trimestre. Então é de fato a liquidação deste efeito no patrimônio que vem se acumulando ao longo dos anos, que é o tal do CTA que tínhamos no balanço. E o balanço patrimonial de 30 de setembro já é sem os efeitos de Argentina, porque de julho para cá temos o efeito de somente um mês no trimestre. Começamos a tratar o ativo como available for sale e não mais como um banco consolidado no nosso balanço. O que saiu foi uma carteira de crédito de R\$ 4 bilhões, um Produto Bancário de R\$ 1,9 bilhão, uma despesa não decorrente de juros de aproximadamente R\$ 650 milhões e um resultado de R\$ 578 milhões em lucros e perdas, que é um número que eu mostrei para vocês agora a pouco. Então, com isso passamos de fato a não ter mais a Argentina nos nossos resultados. Em função disso, simplesmente pegamos o Guidance que tinha sido divulgado para vocês no trimestre passado e fizemos o ajuste excluindo o impacto da Argentina. Como é que fizemos esse ajuste? Nós voltamos no guidance e olhamos o que tínhamos projetado linha a linha de Argentina, em 12 meses, simplesmente excluímos isso da projeção. E agora estamos republicando o guidance sem nenhuma alteração. No fundo, o que estamos fazendo é excluir o efeito da Argentina desses últimos cinco meses, sendo dois meses do trimestre passado e três meses desse próximo 4T23.

Portanto, vocês conseguem ver os números aqui ajustados em todas as linhas. Mas no fundo a mensagem é de um guidance reafirmado. Continuamos acreditando nas projeções e estamos entregando resultados dentro das linhas. Claro que a geografia sempre pode mudar um pouco mais para cá, um pouco para lá, mas todos os ranges que estão aqui colocados absorvem a nossa melhor expectativa de como devemos fechar o ano de 2023.

Com isso eu encerro a apresentação e agora vou me juntar ao Renato para que a possamos passar pelas dúvidas de vocês na sessão de Q&A. Queria agradecer mais uma vez pela confiança e dizer que continuamos muito confiantes na nossa agenda. Temos trabalhado incansavelmente nessa transformação cultural que eu tanto falo, nessa obsessão pelo cliente, com os NPS todos expandindo, os negócios evoluindo e crescendo. Temos muita oportunidade ainda de crescimento e vamos continuar evoluindo no banco, mas sempre com aquele viés e com aquele olhar de longo prazo. Criação de valor para o acionista para nós é um mantra, é algo que temos realmente muito forte no nosso DNA. Então não vamos lutar pelo crescimento que te leva a um ou dois trimestres com melhores resultados, mas que não é um crescimento sustentável de longo prazo. Vamos continuar com esse olhar de longo prazo, como sempre fizemos aqui no Itaú Unibanco. Mais uma vez, queria agradecê-los aí pelo tempo de vocês. Vou me juntar ao Renato e continuamos o nosso papo. Muito obrigado. Nos vemos em dois minutos.

Um grande abraço a todos.

Q&A

[Renato Lulia]

Bom, o Milton está se juntando com a gente aqui agora. Obrigado Milton, obrigado pela apresentação. Então a gente começa a segunda parte do nosso encontro de hoje, que é a sessão de perguntas e respostas. Lembrando que a sessão é bilíngue, ou seja, a gente vai responder à pergunta no idioma em que ela for feita. Mas, quem precisar de algum tipo de apoio na tradução, sempre tem a opção de escolher o áudio sempre em português ou sempre em inglês. Além disso, vocês podem mandar as perguntas pelo WhatsApp, lembrando que o número é 11.97825-5707. Bom, a lista de participantes aqui já é extensa, Milton, e a gente já tem a primeira pergunta aqui. Então, sem mais demora, podemos começar?

[Milton Maluhy]

Sim, vamos em frente.

[Renato Lulia]

E, com isso, está o meu xará Renato, da Autônomos, aqui com a gente no vídeo. Tudo bem, Renato? Bom dia, obrigado por participar do nosso call.

[Renato, Autônomos]

Bom dia, pessoal, obrigado pelo espaço.

Vocês poderiam comentar sobre a melhora do ROE do business de varejo? Foram 100 bps (basis points) no tri contra tri, apesar do lucro em si não ter crescido muito. Eu queria entender os drivers para essa melhora e, especialmente, o cenário para os próximos trimestres, se essa é a tendência. E, se puderem depois, um pouco comentar sobre a sua expectativa em relação à reunião com o Banco Central, mais tarde, que está marcada sobre cartão de crédito, obrigado.

[Milton Maluhy]

Renato, obrigado pelas perguntas, mais uma vez bem-vindos a todos.

Deixa eu começar pela rentabilidade, de fato, quando a gente olha no tri contra tri o resultado do varejo é praticamente estável, mas, com uma composição bastante diferente. O que acontece é que nessa virada do semestre teve sim um trabalho todo de revisão das alocações de capital, as mudanças todas regulatórias, e a demanda de capital na operação de varejo foi reduzida, o que faz com que o capital economicamente alocado à operação caia, mas, o resultado continua estável. Por quê? Porque toda a remuneração do capital fica no negócio. Quando você tem menos capital alocado no negócio, você tem menos remuneração do capital alocado no negócio. Por isso que você tira um efeito da margem da operação, mas, o core, o operacional melhorando bastante. Então, você tira o efeito da remuneração do capital de giro, por isso que o resultado fica constante, só que é uma operação que demanda menos capital. E aqui tem as duas alavancas. Tanto a operação de PJ expandindo e crescendo com rentabilidade ainda maior, com uma alocação de capital mais eficiente. E a inflexão, que eu disse que a gente faria na BU PF, no business de pessoa física, também já aconteceu e a gente continua tri após tri melhorando gradativamente a rentabilidade. Então tem sim uma evolução do retorno, mas, o resultado embora flat no tri contra tri, ano contra ano tem um crescimento importante. E a gente continua vendo uma recuperação na operação de pessoa física com todos os drivers

possíveis. É mais engajamento de clientes, menos custo de crédito - naturalmente - uma operação mais eficiente, portanto com menos custos.

A gente tem conseguido trabalhar em todas as alavancas, e a pessoa jurídica tem crescido, continua crescendo com ótima rentabilidade. E, a composição dos dois, mais operação de seguros é o que a gente tem feito melhorar, consistentemente, a rentabilidade do varejo e a gente continua acreditando numa tendência de melhora olhando para frente.

Então esse é um ponto.

Sobre a segunda pergunta, que é a discussão de cartões, a nossa expectativa é de que, enfim, é uma agenda com uma série de associações, portanto, vai ser um debate, como sempre. Acho que o regulador tem total condição e capacidade de entender as diversas visões. É muito importante que ele escute o mercado inteiro, todos os entes. E o mais importante disso é entender que problema que a gente quer resolver? Quais são os pontos de partida para esse debate do cartão de crédito. E, o ponto de partida é a gente trabalhar para que a taxa de rotativo e dos parcelamentos sejam taxas muito mais baixas do que a gente trabalha hoje. E, por quê? Porque hoje existe um nível de inadimplência muito alto, na operação de rotativo, por que existe uma seleção adversa. Quem de vocês quando contratou um cartão de crédito, no momento de pedir o produto você compara as taxas de rotativo e as taxas dos parcelados? Você olha o programa de fidelidade, se tem ou não tem anuidade, e a experiência daquele produto. E se o limite é o adequado. Então, o cliente, quando ele entra no produto o cartão ele não espera, e não imagina, que ele vai precisar se financiar. Até porque ele não é um bom instrumento de financiamento ao consumo, da forma como ele está desenhado. E, a nossa defesa está 100% em cima disso. Como é que a gente transforma o cartão de crédito, que tem uma penetração de 40% no consumo, em uma plataforma de financiamento ao consumo muito mais eficiente, muito mais competitiva, expandindo a oferta e fazendo com que os públicos mais vulneráveis, que acabam entrando no rotativo, tenham condições e capacidade de sair do rotativo com taxas muito mais competitivas. Esse é o grande objetivo, é um reequilíbrio do ecossistema. De novo, é o Banco Central, é o regulador junto com o CMN que vai tomar a decisão de caminho possíveis. E, o nosso único compromisso aqui Renato, é com a ética, é com o cliente, com o consumidor, é com o lojista que tem se financiado com condições que podem ser muito mais competitivas e que a gente transforme a plataforma de cartões em um mecanismo de financiamento ao consumo muito mais eficiente. A experiência se dá no ponto de venda como é em todos os outros países do mundo. Por que que só no Brasil é diferente? Alguma anomalia existe, eu acho que é essa a anomalia que precisa ser discutida e tratada. A nossa expectativa é positiva em relação a compreensão e o diagnóstico, independente das narrativas que a gente escuta, porque, de novo, a ética para a gente é inegociável. Então a gente não entra no jogo da narrativa, a gente gosta de uma discussão correta, técnica e bem-feita. É nisso que a gente se apoia, a FEBRABAN é quem tem liderado esse debate para as instituições como um todo, instituições financeiras, naturalmente.

[Renato Lulia]

Perfeito, obrigado Renato, obrigado Milton. Já emendando aqui na segunda pergunta, já temos na tela aqui com a gente o Bernardo Guttmann da XP. Tudo bem, Bernardo? Bom dia e obrigado pela sua participação.

[Bernardo Guttmann]

Bom dia, Milton e Renato, obrigado pelo espaço aqui para perguntar.

Eu queria explorar um pouco mais o segmento de varejo. O banco fez um movimento bem assertivo de risk off nesse último ciclo no varejo e, agora, começou a colher os resultados com uma inadimplência que começou a estabilizar. Vocês têm falado muito do alta renda e, de fato,

o banco está muito bem-posicionado no segmento. Mas, por outro lado, até aqui, alguns competidores já divulgaram resultados apontando maior apetite, já soltando um pouco as amarras no varejo. E, como o Itaú foi um dos primeiros a frear nesse segmento, não saiu machucado desse ciclo, faz sentido expandir a composição do portfólio olhando para segmentos mais na base da pirâmide que tem sido focados prioritariamente pela fintechs?

[Milton Maluhy]

Legal Bernardo, boa pergunta, obrigado pelo seu tempo no call.

Então, deixa eu te dar uma visão. Primeiro, a gente está muito convencido da decisão - engenheiro de obra pronta - mas, olhando para trás, a decisão que a gente tomou de de-risking do portfólio se provou muito acertado. E não só o de-risking, mas, a gente ao longo desses trimestres todos não deixou de crescer nos segmentos target. Como o nosso portfólio é um portfólio muito grande, você pega a carteira de cartões é uma carteira de 125 bilhões de reais, 127 bi, enfim, grandes números, dentro dessa carteira você tem um volume relevante de clientes correntistas, com o nível de engajamento alto, com nível de rentabilidade e risco super adequado. Mas, você também tem uma carteira muito grande, que a gente chama de mar aberto, que não só os clientes que a gente adquire de forma digital, nos canais digitais, mas as financeiras, as sociedades que a gente tem. Essa é uma carteira muito grande e a gente fez, sem dúvida nenhuma, cartão foi um dos produtos e em veículos a gente também teve que fazer ajustes. E para te dar alguns números, que me chamam bastante atenção, e que eu acho que são bem positivos. Primeiro, esse é o segundo trimestre, consecutivo, de que a gente tem a redução do NPL de cartões over 90. Então, o mercado fez a primeira inflexão agora, o sistema como um todo, a gente já está no segundo trimestre com uma redução relevante. Em veículos, a gente já está no terceiro trimestre consecutivo fazendo a inflexão do atraso longo, com quedas nominais bastante expressivas. E, no final, é aquela equação de risco/retorno. Então a gente olha em toda a produção que é feita, nossos modelos, o que é que a gente espera de rentabilidade thru the cycle. E a gente tem implantado e conduzido cada vez mais a gestão de portfólio que foi tão eficiente no atacado, a gente tem feito no varejo. O que significa que a gente tem equilibrado cada vez mais os portfólios, a gente tem sim trabalhado em todos os públicos. Então, não é que a gente não trabalha com a baixa renda. Sim, a gente trabalha com a baixa renda no produto certo, no cliente certo, da forma correta, com a taxa adequada para que a gente consiga, thru the cycle, ter públicos cada vez mais resilientes. A gente doubled down a aposta em média e alta renda, como você bem falou, e a gente tem conseguido crescimentos expressivos ano após ano, então isso tem fortalecido o nosso posicionamento e a nossa liderança nesses segmentos e a gente continua acreditando a importância e investindo muito nisso. Agora, tem um segmento, que é o segmento de baixa renda, que ele ainda é muito relevante no nosso portfólio. Embora a gente tenha feito um de-risking, ele era 35% do portfólio, hoje está próximo de 20%, ele ainda tem relevância, mas, de novo, no produto certo, com a rentabilidade adequada, no cliente resiliente. Então, a gente consegue trabalhar nos públicos adequados. O que tem pela frente, o que na minha opinião são os grandes drivers para que a gente consiga crescer com muito mais eficiência e qualidade nesses públicos. Primeiro é a plataforma que a gente tem falado do ONE Itaú, essa capacidade de entregar um banco absolutamente como experiência full bank para todos os clientes da organização. Não importa se ele é um cliente que veio pelo consignado, pelo imobiliário ou veio pelo crediário ou veio pelo cartão de crédito. No fundo, o que a gente quer é entregar um full bank, uma experiência full bank para esse cliente. E aqui dentro do banco, só pela quantidade de clientes que a gente tem do "pseudo mar aberto" a gente tem milhões e milhões de clientes que já são nossos clientes, que a gente já tem um histórico, que a gente já tem relacionamento, mas, que a gente não tem e não tinha como entregar, pela questão tecnológica, uma oferta full bank. E é nisso que a gente

trabalha e vai trabalhar e eu acho que isso é colocar "ovo em pé" para que a gente consiga acelerar o crescimento nesses públicos. E a gente tem alguns Uniclass fora do banco, "dentro do banco" mas fora da oferta full bank, alguns Personalité. Então, enfim, a gente tem muitos clientes hoje que se encaixam no nosso target e que a gente poderia aproveitar e crescer com qualidade. E o último ponto é um play de custo, que você tem toda razão, a gente tem procurado ser cada vez mais eficiente, ter uma oferta lean, o mais simples possível, o ONE Itaú vai permitir que a gente faça isso, sobretudo para os clientes de rendas mais baixas onde a gente, com custo de servir mais adequado, pode ter um apetite um pouco maior. Vários desses clientes eles não passam no critério de crédito porque não é custo de servir. A perda, o custo de crédito sobre PB é tão alto que não há eficiência que justifique você trabalhar com esse cliente. E você fica com o portfólio que ele parece turbinado, você vê a receita crescendo pela dinâmica de reconhecimento contábil, mas, a perda vem no tempo. Então, a gente vai continuar muito focado em margem financeira líquida, thru the cycle, rentabilidade tem que ser a rentabilidade adequada e tem a gente tem capacidade de reequilibrar o portfólio e continuar crescendo com muita qualidade, melhorando a rentabilidade do negócio como um todo. Então, tem uma agenda de eficiência que vai trazer públicos novos, tem integração em que a gente vai poder crescer cada vez mais nesses clientes que hoje a gente não atende com uma oferta full bank e tem o que a gente sempre soube fazer, e continua explorando com muita ênfase e repaginando segmentos como foi o caso do Personalité e Uniclass, onde a gente continua crescendo acima de dois dígitos com muita qualidade e gerando cada vez mais engajamento e lealdade com os clientes. Ou seja, esses clientes que passarão a ser mais engajados com o banco tendem a ter uma inadimplência menor também thru the cycle. Essa tem sido a nossa agenda e a gente acredita sim que tem muito espaço para avançar.

[Renato Lulia]

Perfeito, obrigado, Bernardo e obrigado Milton. Vamos para a terceira já? Já tem com a gente aqui o Thiago Batista, da UBS, tudo bom, Thiago? Bom dia, obrigado por ter participado da nossa conferência.

[Thiago Batista]

Tudo bem, pessoal? Tudo bem, Milton, tudo bem Lulia?

Minha pergunta, eu vou tangenciar as últimas duas perguntas: tanto em cartão quanto em baixa renda, mas, primeiro em cartão, foi muito impressionante a melhora de vocês, acho que deu 60 bps nos últimos dois trimestres do EH, sendo que o EH com proxi de inadimplência. Mas, obviamente, vocês também mostraram que teve uma mudança de mix muito grande, o crescimento forte de Uniclass / Personalité e provavelmente uma queda forte também do baixa renda, a gente não tem esses números no detalhe, na parte de cartão. A minha dúvida aqui é, se o mix fosse mais ou menos constante, a gente teria visto essa melhora? Esse é um ponto.

Dois, no baixa renda você falou um pouco, um dos seus competidores, o CEO do Santander, comentou que eles são deficitários na baixa renda atualmente e que precisa de uma solução para esse negócio. Pela sua explicação anterior, a solução é o Itaú ONE, ou algo nessa linha. Como ficam as agências nesse processo? A agência para esse cliente é relevante? Relevante obviamente em termos de é viável ter uma rede de agências para atender esse público de baixa renda? E como tornar esse negócio eficiente? Provavelmente a resposta vai ser o Itaú ONE, mas se dá para imaginar que, no médio prazo, é uma carteira que pode crescer no banco? Desculpa (...)

[Milton Maluhy]

Imagina, Thiago. Prazer em revê-lo aqui, obrigado pela pergunta.

Objetivamente sobre a sua primeira pergunta, se a gente tivesse mantido o mesmo mix os resultados não teriam melhorado como a gente observou. A gente estima que esse de-risking no portfólio salvou quase 200 pontos de NPL no nosso atraso. Então é só para você ter uma ideia da dimensão do de-risking que foi feito e no momento em que foi feito.

No fundo, são carteiras que podem te gerar um PB, e a gente fala muito de crescimento de top line. Mas, se você não olhar o PB ajustado pelo custo de crédito, ou seja, a margem financeira líquida, te induz a tomar decisões com o apetite inadequado. Obviamente, houve uma sobreoferta do produto no mercado também, eu já falei sobre o isso. Acho que todo o novo competidor que entrou nesse mercado entrou com cartão de crédito. Então, um cliente hoje que poderia ter um ou dois cartões, e a experiência de ter um cartão era muito mais difícil, hoje ele digitalmente consegue em um dia só, abrir e conquistar cinco, seis, sete cartões. E, como tem o fenômeno de não cobrar anuidade, é uma opção de graça no bolso do cliente. Para que? Ele vai lá, vai ter seis, sete cartões e ele usa o cartão quando e se ele precisar. E, se ele não é um cliente engajado com a organização, no primeiro ciclo de crédito ele põe o seu cartão na gaveta e vai para o próximo produto. Até que ele mantém ou tente manter por último o cartão onde ele tem o principal relacionamento, onde ele recebe salário, onde ele faz os pagamentos. Tem uma tendência natural que o engajamento te leva a uma inadimplência menor, mas, os seus modelos de crédito por melhor que sejam, não melhoram a renda do cliente. Então temos que tomar muito cuidado, ele melhora sim, relativamente, a inadimplência. Esse é o primeiro ponto e a gente está bastante convencido de que esse de-risking foi fundamental. Só para vocês terem uma ideia, a nossa carteira em atraso de cartões, tri contra tri, a gente mostra os saldos pelo agregado, a carteira em atraso caiu 6% no trimestre. A carteira de veículos em atraso caiu 6% no trimestre, só para vocês terem uma ideia. São números que a gente acaba não divulgando, mas todo esse de-risking portfólio tem resultado em: uma redução dos saldos em atraso de forma importante, os NPLs tem caído e a gente tem conseguido melhorar paulatinamente a rentabilidade. Agora, a operação de cartão monoliner / standalone é uma operação que ela não é positiva do ponto de vista de criar, ela destrói valor. É uma operação que roda abaixo de custo de capital. Então, em alguns negócios você consegue ter um resultado positivo, mas é dilutiva para ROE, e em outros negócios, que são os mais arriscados, você acaba tendo até um resultado negativo. Então ele é dilutiva para o lucro e dilutiva para o ROE. E, ainda assim, dado o tamanho da nossa carteira, a gente foi capaz de absorver de forma importante. A que ROE a gente estaria rodando hoje se a gente não tivesse esse mix e essa composição, esse portfólio de cartões do tamanho que a gente tem? Certamente há ROEs muito mais altos, se a gente tivesse com um tamanho mais parecido com o da indústria como um todo.

E a questão de baixa renda, eu acho que depende muito do canal do produto do cliente com quem você trabalha. Em geral, ela é sim uma operação deficitária. O custo de servir é muito alto para clientes que não tem hoje bolso e capacidade. Quer dizer, é um cliente que você consegue operar no crédito com um índice de inadimplência muito alto. Às vezes, ele já pelo crédito ele já não contribui para a operação do banco. Então, o que a gente acredita é que a rede de agências ela vai sim continuar tem um papel importante. É o atendimento remoto muitos clientes dos segmentos de média/alta renda ainda gostam de serem atendidos, de falarem com um humano, de ter um atendimento. E a gente acredita que a rede, da forma como a gente repaginou nosso modelo, com com satélites e com todas as agências, enfim, o footprint, adequado e bem coberto do ponto de vista geográfico e a gente atua em lugares onde a agência ainda tem um papel muito importante. Mas, o "um só Itaú", essa plataforma que a gente está trabalhando e desenvolvendo, ela sem dúvida nenhuma vai dar um poder de fogo para a organização sem precedentes. Por quê? Porque aí o cliente que eu não consigo servir, ou que é deficitário em um canal físico, eu consigo digitalizar esse cliente e trazer ele para um canal digital. É a única forma de rentabilizar esse cliente, além de toda a capacidade de cross-sell que

eu tenho falado aqui e que a gente vai conseguir fazer tendo uma oferta full bank para esses clientes. Então essa é nossa aposta. É sim um play de custo, é sim um play de eficiência, a agência tem um papel muito importante, ela continua tendo uma composição muito relevante em nosso modelo de negócio e a gente acredita muito no modelo phygital e continua acreditando. Ajustes de redes são feitos, quando necessários, a gente fez ajustes esse ano, então sempre olhando e tentando maximizar a eficiência e no fundo a rede de agências vai ser do tamanho que os nossos clientes quiserem. Quer dizer, enquanto mais valor a gente conseguir levar e agregar, a rede vai continuar tendo um papel muito importante, essa interação sobretudo para produtos mais estruturados continua tendo um papel muito importante. A gente gosta muito do nosso modelo e acredita que é um modelo muito adequado.

[Renato Lulia]

Obrigado Thiago e Milton. A quarta pergunta vem então do Rafael Frade, do City que acaba de aparecer na tela aqui. Rafael, bom dia, tudo bem?

[Rafael Frade]

Bom dia a todos. Tenho duas perguntas aqui, uma é então, você comentou bastante sobre o processo de-risking da carteira de varejo, mas, é bastante surpreendente que, na verdade, quando a gente olha nos últimos 12 meses, o seu NIN consolidado ele até sobe apesar de todo esse vento contra desse de-risking. Então, a pergunta aqui é um pouco em que estágio a gente está? Quer dizer, a gente olhando para frente isso começa a ser menos um vento contra a questão do de-risking porque talvez seja um crescimento de carteira mais parelho. Então a gente pode até ter uma melhora marginal no NIN, como é que a gente deveria ver isso? A segunda pergunta, relativamente relacionada a isso, é com relação a margem financeira com clientes. Teve um crescimento bem expressivo no trimestre, agora, quando a gente quebra entre varejo, vê a quebra de vocês entre varejo e atacado, na verdade mais da metade dessa melhora da margem com o cliente veio de atividades com o mercado mais corporação. Só para entender, enfim qual que foi o fator aqui, como é que isso se reflete nos números? Obrigado.

[Milton Maluhy]

Ótimo, obrigado a você Rafael. Deixa eu começar pela segunda pergunta e depois eu volto para o teu ponto original sobre a NIN. A segunda pergunta é muito simples, como é que a gente, se você olhar a margem financeira, da forma como a gente divulga, a gente separa o efeito do capital de giro. Então você vai ver lá que, na margem com clientes, não tem o capital de giro associado a risco de mercado, ele fica na margem com o mercado. Agora, 97%, 95% do capital fica na margem com o cliente, na remuneração do capital, porque é risco de crédito e risco operacional associado a operações de crédito. Então, quando você vê que a gente exclui 2.9 bilhões no trimestre passado e nesse foram 3 bilhões, você vê que, no consolidado, a margem, a remuneração do capital de giro está relativamente estável. Tem um aumento de PL no período, então tem um crescimento do patrimônio e a nossa taxa ela continua positiva da forma como a gente faz o hedge do capital de giro, então, ela continua trazendo benefícios. Essa informação é importante, como é que a gente desdobra isso para os negócios e é daí que você vê essa diferença? Como na virada do semestre, ou do trimestre, se a gente quiser dizer, teve uma mudança na questão regulatória de capital como é que a gente trata os nossos modelos de negócios? Eu vou no atacado, eu vou no varejo e eu deixo lá o capital necessário alocado às operações. Como houve uma redução dos ponderadores de risco para os negócios de crédito como um todo, com Basileia 3 na virada, o CEA, o capital econômico alocado tanto do atacado como do varejo teve uma certa redução. O que que a gente faz no nosso modelo de negócio? É

só a forma como a gente divulga. A gente exclui esse excesso de capital que ficou ainda maior e a gente leva para a corporação. Então, eu não deixo no negócio o excesso, a remuneração do excesso de capital ele fica na corporação. Então, quando eu isolo lá o 2.9 e o 3 naquele slide, ele já está contido lá dentro. Tá certo? Por quê? Porque é o todo essa quebra só como eu aloco entre negócios. Quando eu olho a margem financeira, os 700 milhões que é o core, é de fato o crescimento core. O outro é só uma recalibragem entre os negócios do capital de giro, o excesso do capital que eu levo para a corporação. Então, é só uma forma de representar a distribuição do capital alocado. Espero que tenha ficado claro porque é a forma como a gente trata o modelo de negócio. Então, todo o excesso eu limpo do negócio e eu deixo na corporação, é só isso. Por isso que você vê um delta no trimestre de 100 milhões para 550 milhões nessa linha da corporação, na margem com o cliente. Esse é o efeito, é só uma redistribuição do capital de giro entre os negócios.

Voltando no seu primeiro ponto, sobre a NIN, a gente acha que o grosso do de-risking já de fato aconteceu. A carteira renegociada muito estável, muito bem provisionada. A gente tem percebido uma expansão na NIN, a gente tem conseguido fazer isso, a gente tem melhorado o nosso mix. E o mix não é só o mix do varejo, é atacado e varejo, é o mix dentro do varejo e a gente tem conseguido melhorar a rentabilidade. E mais, aqui entra muito a questão do engajamento, principalidade, outros relacionamentos, outros produtos todo o cross-sell fica aqui dentro, então, toda a parte de passivos está aqui dentro. Então, a gente tem conseguido aprofundar a relação com os nossos clientes e melhorar a gama de produtos em que a gente serve os clientes e isso tem o impacto. Então na NIN ajustado ao risco tem um duplo efeito, tem o efeito do top line vindo e tem um de-risking, portanto um custo de crédito menor, o que deve ajudar a gente no tempo para uma NIN um pouco melhor. Por outro lado, a gente fez nesse de-risking melhores clientes, perfis de menor risco, portanto menos rentabilidade também. Então, a gente embora seja muito accretive e gere valor, ajustado ao risco a gente tem tido margens um pouco menores porque a gente tem trabalhado com perfis, tanto de PJ como de pessoa física, de perfis mais affluent com um nível de risco um pouco melhor, portanto com margens de contribuição um pouco menores. Mas, a gente continua positivo em relação a NIN, talvez manter o que a gente vem operando ou uma leve expansão seja algo que possa ainda acontecer, mas vai depender muito do cenário macro e as perspectivas para frente.

[Renato Lulia]

Ótimo, obrigado Milton.

Agora, vamos mudar para o idioma inglês, para nossa primeira pergunta do exterior do Tito Labarta, Goldman Sachs. Olá, Tito, bom dia, obrigado por estar conosco.

[Tito Labarta]

Bom dia, Milton e Renato, obrigado pelo call e pela oportunidade de fazer minha pergunta. Na verdade, duas perguntas. Falando de capital, vocês mostraram um bom aumento no Tier 1 core, acima do seu mínimo, com bom ROE. O que vocês acham de potencialmente aumentar dividendos, no contexto da carteira de crédito estar, entre 6 e 9% no guidance para este ano. Como vocês veem o crescimento da carteira de crédito a longo prazo evoluindo até o próximo ano, já que a qualidade dos ativos parece estar melhorando e taxas de juros potencialmente caindo. É possível aumentar a carteira de crédito no próximo ano e será que potencialmente influenciará o pagamento de dividendos no contexto de capital e crescimento a longo prazo no ano que vem, obrigado

[Milton Maluhy]

Ok Tito, é um prazer revê-lo, obrigado pela pergunta.

Começo afirmando que estamos aproveitando, integralmente, os juros sobre o capital, de forma contínua. Assim, esperamos que este ano o pagamento mínimo de dividendos seja em torno de 30%. Essa é a meta quando consideramos os juros sobre o capital. Além disso, estamos aguardando a regulamentação baseada em risco operacional, Basileia 3, e devemos ter mais informações nas próximas semanas. Assumo que ainda neste mês conheceremos a nova regulamentação, e assim isso poderemos fazer o nosso planejamento do capital necessário para administrar o negócio, já que o risco operacional será implementado em 2025.

Ainda não sabemos como será o phase in. Não obstante, a nossa geração de capital vem melhorando, como vocês sabem, mas queremos aprovar até o fim do mês de novembro, em reunião do Conselho, qual o rumo que vamos tomar e quais são as alternativas disponíveis. E temos algumas, podemos aumentar os dividendos, podemos recomprar ações, logo, há um mix de coisas que podemos fazer e faremos essas discussões até o final deste mês, caso seja publicada a regulamentação sobre o risco operacional. Este é o nosso melhor palpite nesse momento. Levando isso em consideração, a nossa visão é de que poderíamos, e deveríamos, ter um aumento em nossos dividendos e/ou recompra de ações, dependendo do que o Conselho definir, sendo que teremos uma proposta até o fim do mês. Logo, acreditamos que nas próximas semanas devemos divulgar novas informações para o mercado. E, falando em crescimento do portfólio, estamos ainda planejando 2024, e subsequente ao guidance iremos divulgar os números do próximo trimestre até o início do ano que vem. Continuamos a trabalhar nisso com a mesma diligência de sempre, analisando as carteiras que queremos ter no longo prazo, entendendo como melhor administrar e equilibrá-las no longo prazo para, conseqüentemente, ser mais resilientes no longo prazo. Essas são as discussões atuais. Não posso antecipar nada porque não terminamos, ainda temos trabalho para fazer e, assim que tivermos esta informação, vamos compartilhar com vocês.

[Renato Lulia]

Obrigado, Tito. Voltando agora em o português de novo Milton, estamos já aqui na linha, o Rossmann do BTG Pactual. Tudo bem, Rossmann, bom dia.

[Rossmann]

Bom dia, Milton, bom dia, Lulia.

Queria falar um pouco de valuation e a oportunidade de M&A. Eu queria pegar um pouco a visão do Milton sobre o valuation dos bancos no mundo. Os ROEs estão todos surpreendendo positivamente na maior parte das geografias, só que os valuations estão bem baratos, em P/E mesmo, porque no passado o price to book era muito baixo, mas a gente não sabia qual era o real book. Não sabia também qual que era o ROE. Acho que o próprio Jamie Dimon tem reclamado muito do aumento de exigência de capital nos Estados Unidos. A Ana Botín, do Santander, tem falado também de competição injusta com players não-bancários, eu queria pegar um pouco da visão, o que você está vendo de desafios para o setor, não só aqui no Brasil, se você tem conversado com outros CEOs por mundo afora? E também entender se não é uma oportunidade, acho que vocês têm capital em excesso, você acabou de falar, vocês têm ainda uma operação, por exemplo, sub-ótima na Colômbia, no Chile claramente tem algum espaço para ser mais relevante. Queria entender se não faz sentido de, enfim, usar um pouco desse capital para eventualmente conseguir comprar bancos aí na região, próximo da book, que eu acho que para banco é muito desafiador pagar muito acima de book por causa do intangível. Então seria legal ter um pouco da sua visão, obrigado.

[Milton Maluhy]

Legal Rossmann, sempre bom te ver, obrigado pela pergunta.

Primeiro, eu concordo com a tua afirmação de inicial, a nossa visão é de que os preços estão baratos. A gente não gere o negócio olhando o preço da ação no curto prazo, enfim, tem toda a volatilidade, tem sempre o efeito do próprio banco, tem o efeito da concorrência, tenho efeito Brasil na nossa atividade. Então, a nossa ação ela acaba tendo múltiplos efeitos. Você pode ter um bom múltiplo, mas aí precisa olhar em relação ao concorrente, onde é que poder ter mais ou menos upside, por isso que a gente sempre olha sempre o TRS longo prazo, que é como a gente entrega valor via preço da ação e dividendo para nossos acionistas, criação de valor. E a gente acha que pelo nível de resultado que a gente vem gerando e olhando para frente o preço e os múltiplos parecem baixos de fato, não só os nossos, mas como de outros bancos fora do Brasil, também a gente tem visto isso. Enfim, aí é uma dinâmica de mercado mesmo, o price action das ações.

Questão do M&A é algo que a gente sempre teve muito presente aqui, você sabe da nossa história. O banco é o que é, fruto de uma fusão relevante que aconteceu lá em 2008, então a gente está sempre olhando para as oportunidades.

Fora do Brasil, as assimetrias ainda são muito relevantes, independente do preço dos ativos seja a assimetria fiscal, que é eu ter que pagar um imposto, a diferença de imposto, se eu tenho uma taxa efetiva mais baixa no Chile ou na Colômbia, eu tenho que trazer para o Brasil e reconhecer na alíquota corporativa do banco. E, sobretudo, a de capital. Eu, na hora que eu consolido aqui os ativos no Brasil a gente trabalha com o nível de apetite do Conselho definido, CET1 de 11,5% e mais 1,5% de AT1, então 13% de nível 1. Essas operações rodam com o nível de capital muito abaixo disso, então, a hora que eu trago para o Brasil, eu pego operação do Chile que roda 9,5%, 9,6% de capital e eu consolido no banco aqui, esse delta capital eu preciso reservar no Brasil porque é esse o nível de capital que o meu acionista espera que a gente tenha e retenha na operação. Quando aloco esse capital com custo de capital de 14,25% ou 14 ou 15%, qualquer que seja o custo de capital, é muito difícil que a rentabilidade dessa operação fora do Brasil gere valor para o acionista. Então, a lógica de criação de valor. Você vê o Chile que roda nas suas melhores rentabilidades, quando a gente faz a consolidação e coloca todos os custos, o custo do hedge do índice de capital, a alocação de capital propriamente dita adicional e a própria assimetria tributária isso faz com que a rentabilidade, na visão do acionista do ITUB4, seja menor. Então, ele é positivo para o lucro, mas ele é dilutivo no ROE. Então, quando a gente olha, a gente não vê grandes oportunidades fora do Brasil que consigam mudar essa tendência, nem na Colômbia, nem no Chile. Então o nosso objetivo tem sido melhorar, simplificar e ganhar eficiência na Colômbia que é uma operação sub-scale. No Chile, a operação está rodando em patamares muito bons de rentabilidade, de visão cliente. De fato, todo o investimento e o trabalho, que foi feito está paying off agora, enfim, depois de alguns anos. E a gente continua bastante confortável com o que a gente tem, não tem nada parecido com o que a gente viu na Argentina que era um caso à parte. E, no Brasil, a gente continua olhando para dinâmica, sempre vai ter a questão regulatória/competitiva em que negócios a gente pode ou tem a oportunidades de avançar e, obviamente, se tem negócios que complementam a nossa oferta. A gente tem encontrado negócios menores que complementam o nosso ecossistema, a gente não tem visto oportunidades relevantes e as que tiveram e saíram no mercado foram oportunidades que nós visitamos e declinamos por entender que não tinha fit, ou não tinha valor agregado ou que o preço não era o adequado, e a gente continua olhando dessa forma. Quer dizer, tendo uma oportunidade que crie valor a gente está aberto a isso, temos uma área de M&A proprietário dedicada, com uma equipe altamente qualificada que está o tempo todo olhando, conversando com o mercado, com os banqueiros de investimento, mapeando oportunidades. Mas, a nossa visão hoje é que as oportunidades são muito mais plataformas tecnológicas, como a Avenues, que foi aprovada recentemente pelo Banco Central e para a gente complementa muito forte a nossa oferta em investimentos. A própria corretora Ideal, a

corretora full digital que também complementa a nossa oferta em investimento. A própria parceria com a TOTVS. Então, a gente tem visto o negócios menores e a gente continua ativo, em tendo boas oportunidades a gente vai seguir avançando.

[Renato Lulia]

Obrigado Milton. Próxima pergunta vem do Daniel Vaz. Daniel, bem-vindo, boa sorte em casa nova, muito sucesso, é legal ter você aqui no call.

[Daniel Vaz]

Obrigado, Renato. Bom dia, Milton, bom dia, Renato.

Minha pergunta acho que vai na parte também de capital, eu sei que já foi comentado na pergunta do Tito, mas, eu queria entender na visão de capital de vocês hoje e essa variação um pouquinho na originação de SME que a gente viu nos dois últimos trimestres, isso representa de alguma maneira, esse capital adicional que vocês têm hoje no banco, na visão de vocês, ele vai ser o propulsor da maior originação que a gente pode ver em empréstimos para SME? Se você pegar a parte de large companies que cresceu bem, vocês estão com algum movimento, já observando uma melhora de percepção de risco? Ou, na verdade, esses movimentos são de ajustes na originação que você tinha um pouquinho menor considerando o (...). Essa é a minha primeira pergunta e depois, se eu puder entrar na parte de renegociação, a gente viu uma estabilidade esse trimestre. Acho que mesmo com, não sei se tem algum efeito de DESENROLA para jogar ali dentro, mas isso chamou a atenção de que poderia ser algum indicador bom de asset quality olhando para frente. Vocês concordam com essa afirmação de renegociado? Como é que vocês vêm isso dentro do banco? Então essas duas perguntas do meu lado, obrigado.

[Milton Maluhy]

Legal, Daniel.

Primeiro, muito importante, capital não é uma restrição ativa do banco hoje para crescimento. Então, essa é a principal mensagem que eu queria deixar para você. E, quando a gente faz um plano de capital usos e fontes no horizonte mais longo, a gente leva em consideração a nossa capacidade de crescer o portfólio, dentro do nosso apetite, e a nossa capacidade de gerar capital com o nível de rentabilidade que a gente vem conseguindo trazer para a operação. Então, hoje, a gente tem uma capacidade orgânica de geração de capital muito forte, mais do que suficiente para crescimento dos portfólios. Então, eu não diria para você que hoje capital é uma restrição de fato. No fundo, a restrição sempre será, ou neste momento é, sempre o apetite. Até onde a gente quer crescer, o quanto o mercado de fato melhorou, em que públicos, com que produto, com que prazo, com que portfólio? Qual o portfólio ótimo para o banco, para que a gente consiga ter menos volatilidade through the cycle? E é assim que a gente vem trabalhando, olha a volatilidade do nosso portfólio de atacado, no momento de mais volatilidade. É o mesmo que a gente tem tentado fazer no nosso portfólio de varejo. Então, a gente prefere ter muito menos ciclos de ups and downs, e muito mais um VPL muito positivo, com muito menos volatilidade, é isso que a gente busca na gestão do banco. Então, o capital não é uma restrição ativa. Dito isso, a nossa visão é de que tem um excesso de capital e a nossa ideia não é reter aquele excesso além do que a gente acha necessário para crescer e para investir. A gente vem conseguindo alocar capital de forma supereficiente. No início, eu falava, se a gente estivesse trabalhando com o capital definido pelo Conselho de 11,5% de CET1, o nosso ROE teria sido de 24% no Brasil. A gente está com o ROE de 22%, portanto, com um capital nível 1 de 13%. Então a gente está conseguindo alocar e remunerar adequadamente o nosso capital. Mas, a nossa intenção não é reter capital além do necessário. Então, esse é o plano que

a gente vai fazer agora durante o mês de novembro, e a nossa expectativa é que sim tem espaço para aumento do payout/recompra de ações. Algo será feito, sem dúvida nenhuma. E a gente vai, certamente, ir além do que tem sido que é a otimização do JCP que tem trazido o nosso payout para algo próximo de 30%. Então, a gente deve incrementar esse payout implícito de novo via recompra ou dividendo e/ou uma combinação dos dois. A gente vai dar mais disclosure para vocês no próximo call; no próximo call não, no próximo mês, possivelmente depois de uma discussão que terá no Conselho. Então, eu acho que esse é o primeiro ponto. E o segundo ponto, da carteira renegociação, o impacto do DESENROLA é muito pequeno, quer dizer, ainda. A gente realmente está super engajado, o mercado inteiro se mobilizou, é um programa muito bacana, mas com impactos, sobretudo nessa segunda etapa, ainda muito pequenos. Então, tem trabalho para ser feito experiência do cliente, clientes elegíveis, como é que o cliente se habilita, como é que os leilões vão funcionar? Mas, os impactos até agora não mexem o ponteiro aqui em nossos números. De fato, isso é um trabalho muito forte, a gente tem renegociado o que de fato é necessário. Se você olhar o histórico de renegociação do banco, você não vai ver solavancos. Então, a gente jamais usou da renegociação para administrar índices de atraso. A gente renegocia com uma visão econômica, faz sentido renegociar no preço certo, para o cliente que precisa. E, para aquele cliente que de fato não tem condições, a gente prefere entrar em uma régua de cobrança e seguir o processo, se de fato a renegociação não faz sentido nem para o cliente nem para o banco, em vários momentos. Então a gente tem sido muito disciplinado na gestão da renegociação. Essa é nossa agenda. E a cobrança é algo fundamental na medida em que a gente consegue trazer e recuperar caixa das nossas operações. Então, a gente continua com essa política, renegociação estável é ótima notícia sim, mas, mais importante que eu acho que é uma pergunta que eu acho que vale a pena vocês explorarem sempre, é: e essas carteiras renegociadas, estão bem provisionadas? Estão com o nível de provisionamento adequado? A gente faz stress test na carteira. Lembra que na carteira renegociada, uma boa parte dela está em dia. São renegociações que foram feitas, que estão sendo pagas e liquidadas normalmente. Tem, obviamente, atrasos curtos, atrasos mais longos, a gente sempre olha essa carteira e faz o teste de estresse dela, sempre olhando as piores rolagens, se a rolagem fosse para carteira inteira. Se a gente seguir no ritmo que a gente está, como é que essa carteira se comporta no tempo? Tem pessoa física, tem pessoa jurídica aqui a gente faz essa quebra e, de novo, roda o stress test. O que eu posso garantir para você é que o que a gente tem de provisões hoje, sejam específicas ou genéricas, é mais do que suficiente para lidar com essa carteira em um ciclo do que a gente espera, até em um ciclo de estresse olhando para frente. Então, carteiras muito bem protegidas e muito bem provisionadas. E o nosso excesso de provisão hoje, quando você olha na genérica, uma boa parte ou uma parte desse excesso, está alocado a essas carteiras. Quer dizer, o banco está realmente bem provisionado, portanto não vemos efeitos relevantes no P&L olhando para frente em função de uma deterioração dessas carteiras. O balanço está super bem protegido para isso, para a gente passar por esse ciclo. Não é o nosso base case, essa é uma carteira que vem se comportando bem, com o nível de provisionamento adequado, mas, evidente com o nível de atraso muito acima do que são as carteiras em dia, como é que se esperar.

[Renato Lulia]

Perfeito Milton, já indo para a próxima, chegou aqui com a gente o Gustavo Schroden, do BBI. Tudo bem, Gustavo? Bom dia, obrigado por estar aqui no nosso call.

[Gustavo Schroden]

Bom dia Lulia, obrigado. Bom dia Milton, obrigado pelo call.

Eu queria fazer duas, a primeira, eu queria ser mais específico ali Milton no consignado. A gente, sei que a gente já explorou bastante varejo, mas acho que esse é um produto extremamente importante e chamou atenção aquela redução que teve na carteira de INSS. Até lendo o material de vocês, vocês colocam lá que foi intencional essa redução em função de uma rentabilidade mais baixa. Eu queria entender de você aqui, imagino que isso esteja relacionado com os caps que tem acontecido e, se a gente olhar o histórico recente, a medida que a SELIC cai, quando tem uma decisão de COPOM, provavelmente vem mais uma queda no cap do INSS. Então, se você pudesse colocar para a gente, qual é a estratégia? Aqui até porque é um produto que, quando a gente vê esse de-risking acontecendo across the board, ou seja, todos os bancos, cada um no seu ritmo, diminuíram o apetite em linhas mais arriscadas como o crédito pessoal clean ou o cartão de crédito. Então, o consignado tende a ser um produto que os bancos normalmente usam como uma contrapartida contra essas reduções no varejo. Então, se pudesse explicar para a gente aqui, a estratégia no consignado acho que seria bastante interessante. E, a segunda, rapidinho, seria sobre o ROE. Você mencionou duas vezes que o ROE do Brasil se tivesse ajustado o common equity tier one para 11,5% a gente estava falando de 24% de ROE no Brasil. Se a gente olhar, você já adiantou que existe essa perspectiva de distribuir um pouco mais de dividendo, obviamente de acordo com o que vai acontecer, a decisão do regulador, mas existe essa possibilidade. Imagino o que o banco também tem alguma coisa para fazer de ganho de eficiência, a PDD tende a cair no ano que vem. Você acha que dá para gente começar a olhar para 2024 e já estar aí sonhando com um ROE de 24% no ano que vem, 24%, 25%? Obrigado.

[Milton Maluhy]

Obrigado, Gustavo, eu gostei do sonhando.

Sonhando a gente sempre sonha grande aqui. E, é nesse caminho que a gente vai continuar perseguindo aqui.

Olhando para o ROE, falando claramente, a gente continua vendo trimestres muito sólidos e consistentes. Vira-se o ano, vai vir mais um trimestre. Então, como a gente reafirmou o guidance, o guidance tem implícito lá o resultado e um ROE acima de 20%, obviamente a gente está revendo os números para o ano que vem. Tem elementos conhecidos e, enfim, e aqueles que a gente usa para fazer toda a questão do orçamento, olhando para frente. E tem os elementos desconhecidos, sempre pode ter um vento contra, uma mudança regulatória, isso a gente não está colocando na conta. Então a gente acha e, estamos aqui trabalhando eu não vou antecipar, mas que o nível de rentabilidade que a gente vem operando parece sustentável, olhando um horizonte de 2024. Eu não consigo ver, obviamente, tem alavancas para os dois lados, mas ballpark, imaginar uma rentabilidade próximo de 20% parece razoável imaginar, vamos ter que olhar, naturalmente, agora a gente está cranking os números para ter uma visão um pouco mais de longo prazo. Então, dizer que vai ser 24% ou 25% aí eu acho que não estou em condições ainda de dar nenhum guidance sobre isso, vai depender muito do exercício orçamentário que a gente está fazendo, das condições de mercado, mas o sonho existe. E se o houver oportunidade de incrementar, com toda a gestão que a gente tem feito de rentabilidade e criação de valor. Agora lembra que a gente vai entrar no ciclo de redução de juros e é muito importante não olhar o ROE isolado do custo de capital, porque se os juros de fato continuarem caindo como a gente imagina que vai cair, o que vai acontecer é que o custo de capital cai também e o nível de rentabilidade tende a acompanhar. Tem alguma correlação, não é tão grande, a gente mostra que a sensibilidade é muito menor do que a SELIC, naturalmente, não acompanha a SELIC, mas, dado o custo de capital caindo, naturalmente você passa para o preço, você acaba sendo mais competitivo. O que a gente olha é o delta ROE contra custo de capital que é a criação de valor e é isso que a gente vai continuar entregando na nossa melhor

expectativa, aqui em 2024, a gente acredita realmente nisso. Voltando para sua pergunta original, era a pergunta...desculpa, do consignado. A do consignado é o seguinte, deixa eu fazer um statement. A FEBRABAN se posicionou porque o problema do cap, primeiro a gente acredita que o mercado, a taxa, o que for, é definido pela competição. Então, não há necessidade de se colocar um cap, inclusive porque as taxas praticadas hoje na média elas acabam ficando dentro dos caps. E o mercado é dinâmico, tem uma série de players, bancos de todas as naturezas, bancos grandes, bancos médios, bancos pequenos que operam com o consignado e o mercado é super competitivo. O problema é que esse cap ele olha para a SELIC isoladamente, ele não olha para curva de longo prazo. E o que a gente viu que aconteceu nos últimos meses é que a SELIC de fato caiu, mas, em função do que estava acontecendo lá fora e todos a incerteza fiscal, as taxas de juros aqui no Brasil acabaram subindo as taxas longas. Quando a taxa de juros longa sobe, você acaba perdendo a capacidade de originar novos créditos porque as taxas, o retorno não é adequado. A hora que você coloca o cap, você tira uma população dos bancos que param de ter acesso. Pelo que a FEBRABAN divulgou 2 bilhões de reais de produção mensal saíram do mercado, portanto, são 2 bilhões de crédito a menos para aposentados e pensionistas na linha de crédito mais barata. Então, você tenta ganhar uma eficiência em função da SELIC, só que você deixa de fora um público tão relevante e que acaba tendo o acesso a linhas muito mais caras. Então, ao invés de isso beneficiar o tomador do crédito, isso acaba prejudicando, porque a gente tira uma oferta de crédito. E por que tira? Porque a gente tem, basicamente, dois balcões de distribuição de crédito INSS, principalmente. No correntista, é uma questão de eficiência, de preço e tudo mais. Agora, no pastinha ou não correspondente bancário, que é um canal super relevante para a distribuição do produto no Brasil, a única forma do produto ser rentável é você fazer ajustes nas comissões que são pagas. E cada banco paga e faz a sua comissão. As comissões caíram de forma relevante, alguns escritórios passando por dificuldades maiores e você acaba tendo que considerar, como você considera a comissão que é feita para o correspondente no preço, você acaba reduzindo o público que você tem capacidade de ofertar. Então, a gente teve que fazer cortes importantes e a carteira acabou sofrendo. 40% da nossa produção vem do correspondente bancário, 60% é na rede. No passado era o inverso, 60% era o correspondente bancário, 40% era na rede. Mas, com essa mudança na dinâmica, a gente está tirando um monte de públicos que se não se pagam, considerando todos os custos da transação. E não necessariamente o custo está caindo para o tomador. Quer dizer, no fundo você está fazendo com que ele acesse linhas mais caras, então para ele, marginalmente, o custo sobe, desproporcionalmente. Essa é a defesa da FEBRABAN, a gente não acha que é a melhor forma, que tem que ser olhado a taxa de juros de longo prazo, e que a redução do cap, isolada, acompanhando a queda da SELIC, não é a forma adequada de gerenciar uma das linhas, ou a linha mais barata, e mais acessível para os aposentados e pensionistas. E que é um sucesso total e que sempre o mercado viu com ótimos olhos. Então, eu acho que aqui tem que ter um cuidado muito grande com isso, acho que o governo tem isso claro, essa mensagem já chegou, a FEBRABAN já se posicionou. A gente respeita, a decisão é soberana mas os impactos são os apresentados aqui.

[Renato Lulia]

Claríssimo, Milton, obrigado.

Para a próxima pergunta, voltando para o idioma inglês, temos Jorge Kuri, do Morgan Stanley. Olá, Jorge, obrigado por participar do call.

[Jorge Kuri]

Olá a todos, obrigado pela oportunidade de participar. Eu queria retomar a questão regulatória do cartão de crédito. Entendo os comentários de Milton sobre como a discussão sobre a

indústria de cartões de crédito é franca e quais as diferentes opções para a negociação, e parece que todos estão mais ou menos informados sobre como o ecossistema funciona. Não obstante, a razão pela qual as taxas de juros são tão altas é porque vocês tem os parcelados. Então, parece-me que qualquer resultado que reduza as taxas, sem modificar os parcelados, será artificial e não permitirá avanços no negócio. E, percebemos sinais confusos do Governo, o Banco Central diz que está aberto para negociações, mas o Ministro da Fazenda disse absolutamente que não. Logo, como você acha que se comportarão os tomadores de decisão? Ou seja, as pessoas que, em última análise, terão uma palavra decisória sobre a redução dos parcelados, a regulamentação dos parcelados, a sua eliminação gradual ou a sua restrição. Essa é a primeira pergunta.

E, a segunda, é caso isso não seja palatável, do ponto de vista do consumidor, então haverá consequências negativas no consumo. E, você sabe, este é um governo popular. Como ficaria o banco se a solução é tão simples quanto: ok, não vamos mover nenhuma das diferentes partes móveis da engrenagem, exceto as taxas, e vamos colocar um limite que é equivalente a 100% da taxa de juros sobre o valor do empréstimo, mais ou menos como está na lei atualmente. O que isso significa para vocês em termos de crescimento do negócio, lucratividade do negócio, quantos cartões terão que ser cancelados porque, evidentemente, nesses níveis de taxas, algumas delas simplesmente não são boas para os negócios. Logo, eu realmente queria obter mais detalhes, ao invés de um panorama geral no qual todo mundo entende e estamos tendo uma conversa agradável. Me parecer ser uma coisa bem simples, ou você corta os parcelados ou o resultado para os emissores dos cartões será ruim.

[Milton Maluhy]

Jorge vou levá-lo comigo na próxima reunião com o Governo, porque acredito que você entendeu algo que é muito difícil de explicar. Acho que o Governo entende, o Banco Central entende, mas é um tema complexo, não é simples. Trata-se de um tema que o país trabalha há muitos anos e é muito difícil apresentar o conceito e mostrar para as pessoas quais são os impactos reais, como você explicou. Então, sendo muito objetivo, não tenho nada adicional a dizer além da sua fala inicial. Sabemos que existe um desequilíbrio, os riscos não foram avaliados corretamente. Temos 127 bilhões Reais de carteira de cartão de crédito, e desses, 20 bilhões de Reais pagam juros. Logo, como é que você assume o risco de uma carteira de R\$ 127 bilhões de quando apenas R\$ 20 bilhões pagam juros?

E quem paga os juros no fim do dia? É a população menos capaz e com uma inadimplência muito alta, já que temos uma seleção adversa. Logo, você precisa cobrar juros muito altos. Então, minha opinião, acreditamos que o Governo precisa entender que o parcelado sem juros, na verdade, tem juros. A diferença é como você comunica isso. É só isso. A empresa adquirente antecipa para o comerciante, o comerciante embute os juros dentro do bem, portanto, não há parcelado sem juros. Mas, as pessoas acreditam que não há juros no fim das contas. Por isso que a comunicação é do jeito que é, e a narrativa também. E as pessoas acreditam nisso, porque não entendem. E quem paga por isso? O emissor assume o risco, a empresa adquirente antecipa e obtém a rentabilidade antecipada, cobrando das PMEs um risco que elas assumem no final das contas. Ou seja, Itaú, Bradesco, Santander, Nubank e todos os demais bancos. Esse é o risco que todos carregam. Logo, nossa visão é de que se não nos espelharmos no mercado internacional e fizermos uma composição de rebalanceamento dos parcelados sem juros, criando assim os parcelados com juros, teremos problemas. A ideia é transformar esse mecanismo para assim a financiar os clientes a valores muito competitivos, 4% ao mês. Você pode fazer isso com o parcelado com juros. E também, você abre um caminho onde você pode reduzir fortemente a taxa do rotativo, onde você pode cobrar dessas pessoas taxas de juros muito baixas.

Então, qual é o problema que queremos resolver? Queremos ajudar a população a fazer a transição. Só para dar alguns números, digamos que temos um limite de taxa de juros de 8% nos cartões de crédito. Da mesma forma que temos no crédito rotativo, na conta corrente, no cheque especial. Se tivermos esses 8%, teremos que cortar, no país como um todo, 60 milhões de cartões de crédito. 60 milhões de cartões de crédito precisarão ser abandonados e também poderá haver um impacto de R\$ 350 bilhões no consumo. Por quê? Porque você tira essas pessoas do mercado de consumo. Você terá um impacto muito grande na população que foi incluída no sistema financeiro, sendo que serão excluídos do sistema financeiro. Onde eles vão se financiar? Como eles vão comprar? Como eles farão parte do sistema? Esse é o impacto. Se o Banco Central, juntamente com o Ministro da Fazenda e do Ministro do Planejamento não encontrarem uma solução que una tudo, haverá um problema. E, no fim das contas, quem se beneficia com isso? Não são os emissores, não são as adquirentes. São os consumidores. É o comerciante. É isso que defendemos. E eu gostaria de ver uma discussão muito técnica sobre isso. As taxas que estão sendo praticadas, na antecipação, são claras. Você pode acessar qualquer site, de qualquer comerciante, de qualquer empresa adquirente e poderá ver o nível de taxas que estão sendo cobradas das PMEs. Então, a narrativa é muito perigosa e essa é a realidade. Para mim, é muito mais uma questão política do que técnica agora. E todos precisam entender que precisamos encontrar uma solução que seja boa para o país e que temos que planejar a transição. Se não fizermos isso em 90 dias, teremos esse cap que foi aprovado no Congresso, baixarão um pouco as alíquotas, não vai resolver nenhuma das questões que temos hoje. Os clientes pagantes ainda serão os mesmos, e ainda terão subsídio público. Não conseguiremos aumentar a carteira e financiar o consumo mais do que fazemos. Teremos que cortar muitos clientes do mercado, porque, com esse nível de taxas, não será sustentável no longo prazo. Esse é o impacto. O simples não parece ser a forma correta de tomar as decisões. Portanto, para um problema complexo, uma decisão simples não é a mais eficaz. Acho que o Banco Central tem todas as ferramentas, tem as equipes técnicas, e terão de encontrar uma solução que seja boa e sustentável para o país. E não defendemos, como banco, a manutenção ou preservação de nossas linhas de negócios. Como assim? Porque somos o principal emissor e o principal adquirente do mercado. Estamos em ambos os negócios. Logo não há conflito, não há conflito algum. Seremos os mais impactados em ambos os lados. Então não é uma questão de conflito, é uma questão de entregar ao mercado o que é melhor para o mercado no longo prazo. E acreditamos que a informação está disponível, foi feito esse briefing com muita clareza e acho que o pessoal técnico sabe disso. Vamos ver qual é o apetite para continuar com essas e outras discussões.

[Renato Lulia]

Obrigado, Milton. Português de novo, porque a próxima pergunta vem do Mário Pierri, do Bank of America. Bom dia, Mário, muito obrigado por participar do call.

[Mário Pierri]

Bom dia pessoal, parabéns pelos resultados. Bom dia Milton, duas perguntas rapidinho, vocês, no começo do ano, vocês fazem aí um hedge no capital para variações cambiais. Um custo de mais ou menos 2 bilhões de reais, no começo do ano. Dado a venda dos ativos da Argentina, deveríamos então esperar esse custo ser bem menor no ano que vem? E aí, me dá um pouco da magnitude dessa resolução.

E a segunda pergunta, Milton, eu acho que ficou claro que o apetite do banco para começar a dar crédito está melhorando, dado melhoras na inadimplência, mas, eu queria ouvir um pouco de você sobre a demanda. Como é que você está vendo a demanda de créditos? Você está vendo um apetite das companhias melhorando, uma visibilidade melhor com a economia, com

a redução de juros? Se você pudesse falar um pouco do lado da demanda também, seria importante. Obrigado.

[Milton Maluhy]

Obrigado a você, Mário.

Objetivamente, a Argentina da mesma forma como ela tinha um CTA negativo, ela para o custo do hedge do índice trazer um benefício, e não o malefício, justamente pelo diferencial de taxa de juros. Então, o que nos prejudicava para carregar esse ativo, que era o custo Brasil, contra variação cambial na Argentina, ele do outro lado, quando eu faço hedge do índice de capital, o carry dessa moeda é positivo contra o Real. Então, só para te dar grandes números, no tri passado por volta de uns 70 milhões de reais, se a gente tirar os dois meses, teria sido impacto positivo que o custo do hedge. Então, a gente vê no longo prazo, a gente tem aprimorado a nossa forma de fazer o hedge, usando cada vez mais, fazendo o hedge das moedas fortes porque a correlação com as moedas dos outros países, e Real, são muito próximas aos outros países da América Latina. Então, onde a gente tem dado mais ênfase é no Euro e no Dólar, que aí assim tem uma desconexão e isso ajuda a gente no custo e na gestão do hedge. E, o segundo impacto, é o diferencial de taxa de juros, que de fato vem caindo, isso ajuda no custo do hedge, por isso a gente vê uma certa redução nos últimos meses. A Argentina para esses fins, de todos os impactos, ele era o impacto positivo, ele trazia o custo do hedge para um patamar um pouco mais baixo porque o carry da moeda era a favor para o custo do hedge essa é a explicação. Olhando para frente, para a carteira, a gente tem visto sim um aumento de demanda, eu mostrei agora há pouco a originação de grandes empresas aumentou bastante nesse último trimestre, e mercado de capitais voltando. Então, a gente está vendo no mercado mais ativo, as empresas antecipando a queda de juros já vendo perspectivas mais positivas, o PIB crescendo esse ano. Então, a gente tem visto uma atividade mais forte, embora a gente já veja no terceiro trimestre, o PIB vai sair logo em breve, já deve ser um PIB bem mais fraco fruto da política monetária, as expected, para controlar a inflação. Mas, a gente tem visto um aumento de demanda sim, a originação tem crescido e a gente tem conseguido atender bem a nossa demanda, com índice de conversão bastante alto, com favorabilidade, com retornos super adequados, operações bem precificadas. E, quando a gente percebe algum exagero, de pricing ou de mercado a gente prefere, de novo, perder share e defender de fato as nossas convicções de longo prazo. Mas, a demanda tem crescido e a gente tem conseguido atender de forma muito relevante a demanda, seja via mercado de capitais, os números mostram o efeito no resultado no tri, seja através do próprio balanço de grandes empresas, a gente já viu uma aceleração nesse tri. Nossa expectativa é que isso continue acontecendo olhando para frente.

[Renato Lulia]

Obrigado Milton. Para a próxima pergunta temos o mesmo banco, mas o analista é diferente. Conosco Nicolas Riva, bom revê-lo, obrigado por participar do call.

[Nicolas Riva]

Renato e Milton obrigado por aceitarem a minha pergunta, bom revê-los. A minha primeira pergunta é uma continuação da pergunta que o Mario fez sobre a venda da operação da Argentina. Por que que vender o negócio agora? Vocês venderam por 50 milhões de dólares, teve um prejuízo importante na venda, 1,2 bilhão de reais. Meu cálculo é de cerca de 0,2 vezes o price to book na venda. Se você puder confirmar se esse foi o price to book. E novamente, por que vender esse negócio agora? Milton, sei que você fez referência anterior ao fato de que, fora do Brasil, para vocês, é difícil gerar talvez um ROE acima do seu personal equity e gerar valor

para os seus acionistas. E, depois, uma segunda pergunta rápida, a minha pergunta habitual sobre os bonds, sobre os Tier 2, os 29s.

Eu sei que a decisão sobre o call vai depender das condições de mercado e dos custos de financiamento, mas, se você puder pelo menos nos dizer, Milton, que a medida que os Tier 2 e 29s, começam a perder o capital treatment se não for exercido o call, qual seria sua inclinação? Você estaria inclinado a fazer o call, independentemente das condições do mercado? Obrigado.

[Milton Maluhy]

Obrigado Nicolas pela pergunta. A venda da Argentina é muito simples de explicar. O NPV dessa transação, numa perspectiva econômica e do ponto de vista dos acionistas, é positivo. E por que isto? Porque mesmo não tendo capturando o book completo na Argentina, entre o anúncio e o pagamento, houve uma desvalorização relevante na Argentina. E o valor foi definido em dólares norte-americanos. Os 50 milhões colocariam a transação no valor justo da maneira que tínhamos planejando. Segundo, o pagamento foi feito fora da Argentina. Então, como posso tirar o capital da Argentina, com todas essas discussões acontecendo? A empresa adquirente tinha capacidade para emitir títulos no exterior e também conseguiu a aprovação para pagar no exterior. Logo, recebemos 50 milhões de dólares. Não foi uma transação virtual, quando você tenta conseguir um preço melhor localmente.

A razão mais relevante pela qual vendemos tem a ver com o CTA, que acabou gerando esse impacto. O CTA vinha se acumulando há muito tempo. O próximo CTA no balanço do banco é positivo, quando consideramos as demais operações. Mas, no caso da Argentina, devido ao nível das taxas de juros, foi um impacto muito grande e estamos acumulando isso há muitos anos. Logo, o que acontece se você não fizer nada é que continuaremos acumulando alguns CTAs negativos no longo prazo. E, a rentabilidade da operação, junto com o CTA, estava gerando um prejuízo no nosso balanço, não estava remunerando o capital. Além do mais, temos que manter o equilíbrio, manter o banco, manter o limite máximo. Há muitos custos de manutenção da estrutura. Temos aspectos regulatórios, temos que consolidar a operação. Então, quando você junta tudo isso, até o custo do hedge, do índice de capital, que foi positivo, a decisão de vender foi bem menos pelo valor que a gente conseguiu na operação, stand alone, que estava no valor justo de 50 milhões de dólares na nossa opinião, da forma que estávamos avaliando. E a segunda pergunta é como fazer um DCF na Argentina? Com o custo de capital na Argentina? Os bancos negociam qual valor de book? Qual o nível de rentabilidade que é necessário devido ao custo de capital para que, em um DCF, você consiga algo melhor que o book? Então foi muito difícil fazer esse DCF. Quando fizemos o DCF, o preço estava ok. Por outro lado, não temos mais o CTA o que significa um stop loss no CTA, no nosso balanço, que nos leva a um NPV muito positivo.

E, em relação, à sua segunda pergunta sobre os bonds. Vamos manter, eu sei que temos dito isso, estaremos olhando para a eficiência do capital, do nosso Tier 2. Quanto custa, quanto o melhor benefício gerado em termos de capital? Qual é o custo de um novo no contexto de nosso capital? É assim que abordaremos cada maturidade e cada call. E, do lado econômico, se fizer sentido para nós exercer o call, o faremos. Se não, não o faremos. Mas vamos dar clareza ao mercado antes, em uma janela de tempo suficiente para fornecer mais informações com confiança, vamos ser muito transparentes nesse sentido.

[Renato Lulia]

Obrigado, Milton. A próxima pergunta é do Carlos Gomez, do HSBC. Olá, Carlos, obrigado por participar do call.

[Carlos Gomez]

Olá e obrigado pela sua paciência e por tentar responder a todas as perguntas detalhadamente. Primeiramente, eu queria perguntar sobre a carteira do atacado, onde estão os NPLs? Esperávamos ver uma normalização do custo do crédito, mas continua melhor que o normal. Isso se deve ao fato de que os NPLs virão mais tarde ou não devemos esperá-los? E, em segundo lugar, você poderia nos dizer se acha que o resultado de seguros atual, este resultado é sustentável ou deveria ser maior ou menor no futuro? Obrigado.

[Milton Maluhy]

Olá Carlos, que bom revê-lo, obrigado pela sua pergunta.

Espero que não vejamos os NPLs, não os estamos procurando. Mas, apenas a título de informação, acho que é um mix de coisas. Em primeiro lugar, pensamos que este ano poderia ser um pouco pior, em termos de custo de crédito, e tem sido melhor do que pensávamos em todo o espectro do atacado. Você deve se lembrar, melhor do que a maioria de nós, que o NPL no atacado é realizado bem no final do processo. Logo, antes de você ir para o NPL, você faz uma reestruturação, você está fazendo negociação. Há clientes que vão à falência ou ao chapter 11, e ainda não cumpriram com as suas obrigações. Logo, o NPL não é o melhor índice para avaliar a saúde do portfólio corporativo. Temos que lembrar que o middle market está no índice SME, então estamos falando basicamente de clientes grandes, Ultragrandes nesse NPL. Assim, a nossa visão é que o nível de provisionamento que a gente tem no balanço é bem alto, por isso temos esse nível de cobertura através do NPL na carteira do atacado.

Isso porque você discute nome a nome nos comitês de crédito e aplica uma taxa, você atribui uma classificação para cada cliente. E essa classificação define o nível de provisionamento que devemos fazer. Logo, na maioria dos casos, você verá clientes para os quais temos 70% de provisão. deixe-me eu dar um bom exemplo: a Americanas, que é uma empresa de capital aberto, para a qual temos 100% de provisionamento e ainda não passou pelo NPL. mas temos 100% de provisão, então parte disso, se acontecer e passar pelo NPL, então aí sim você terá um uso importante da cobertura que a gente tem hoje. Mas, a carteira está muito bem coberta, olhamos nome a nome, e temos as provisões individualizadas e também nas provisões genéricas. Alocamos o nível de provisões que acreditamos ser o necessário para os clientes de maior risco e para cada cliente que precisamos ter provisões adicionais. Logo, o balanço está muito coberto, estamos muito confiantes no nível de provisionamento que temos. Não estamos vendo uma crise de crédito, mas estamos vendo nomes específicos indo e vindo. Até agora conseguimos passar pelo cenário de forma muito positiva. No ano que vem, se as taxas de juros continuarem nessa direção, a macro melhorar um pouco, o ambiente melhorando também, poderemos quem sabe não ver uma normalização relevante. Mas alguma normalização irá acontecer e ainda acreditamos que esse nível de inadimplência deve aumentar nos próximos meses, talvez aumentar. Lembrando que, temos as provisões para o cenário atual, e é claro, temos as provisões necessárias, então você poderá ver algumas mudanças no NPL e não verá nenhuma mudança relevante no P&L do banco.

[Renato Lulia]

Perfeito Milton. Duas perguntas aqui para terminar, a próxima do Henrique Navarro do Santander. Tudo bem, Henrique, bem-vindo aqui no call.

[Henrique Navarro]

Obrigado pela oportunidade, bom falar contigo Lulia, Milton.

Minha pergunta é o seguinte, pelo que eu entendi das conversas até agora, o Itaú inicia já um ciclo de acelerar a originação de crédito, essa originação, ela não aparece de maneira absoluta

nos número do quarto tri, desculpe, do terceiro tri, exatamente porque ainda tem um processo de run off, de de-risking de algumas carteiras, principalmente do mar aberto. Olhando para frente, de onde vai vim esse crescimento de crédito? Sendo que, em todos os participantes do mercado que a gente conversa, parece que hoje está todo mundo evitando o tal mar aberto. Você conversa do mar aberto, está todo mundo reduzindo a participação no mar aberto. Nos clientes existentes, o endividamento das famílias deu uma caída, mas ainda está em um nível alto, então da onde que vem o crescimento? Porque sobra muito nos ombros do alta renda, tem muito banco dizendo que vai crescer no alta renda, a gente sabe é um perfil de consumo diferente, as linhas, os produtos etc. Não dá para jogar tudo nos ombros do alta renda, como se o alta renda fosse levar adiante esse crescimento. Então, eu queria ouvir um pouco de vocês da onde vai vir este crescimento? Obrigado.

[Milton Maluhy]

Legal, , obrigado você, Henrique, é sempre bom revê-lo.

Primeiro, a gente está falando muito de varejo, pessoa física, veja, nas pessoas jurídicas, o varejo a gente tem conseguido crescer consistentemente em empresas de melhor faturamento e melhor risco. O de-risking também foi feito nesse processo de crescimento no varejo PJ, com resultados incríveis, então, de fato, a gente trabalhou em empresas com faturamento maiores, a gente não focou tanto na base da pirâmide, o nosso mix é diferente do mercado, e isso explica a grande parte da performance que a gente tem obtido relativamente. A gente continua vendo grande oportunidade, tem muito muito espaço para crescer ainda na BU PJ e a gente vai continuar perseguindo e a gente tem crescido a ritmos bastante acelerados. Basta ver que, neste trimestre, a carteira de SME teve uma boa aceleração, então, a gente começa a ver uma boa retomada tanto no varejo PJ como no middle market. Então, tem bastante crescimento e muita oportunidade ainda por aí. Na pessoa física, de fato, a gente tem conseguido crescer e ganhar share nos nossos clientes, o que é muito importante. Então, são clientes conhecidos onde a gente tem crescido, e eu concordo com você que não dá para imaginar que todo o crescimento vai ficar na alta renda, porque não vai. E não é só na alta renda, mas, a nossa gestão de portfólio tem tido um papel muito importante, a nossa carteira de cartões de 120 bi, dois terços do portfólio não é médio / alta renda, e lá a gente tem conseguido ainda fazer negócios com rentabilidade. As safras todas produzidas nos últimos trimestres tem vindo com muita qualidade, em todos os segmentos, e a gente tem conseguido crescer. Mas, tem sim ainda algum ajuste de portfólio e, eu falava agora há pouco, a carteira em atraso, tanto de cartões como em veículo, caindo 5%, 6% no trimestre. Então, no fundo, você tem uma inércia de uma carteira de risco muito alto reduzindo, de forma importante. A carteira renegociada estável, e a carteira de melhor qualidade crescendo. É essa a combinação que faz com que os nossos crescimentos sejam um pouco menores do que a gente observou em anos anteriores. Mas, ainda assim a gente tem conseguido fazer, com uma margem financeira líquida muito positiva e rentabilizando adequadamente o capital, que é o que a gente busca. Então, na minha visão, eu volto na discussão lá do ONE Itaú, para mim no varejo pessoa física a gente tem um volume de clientes, são milhões e milhões de clientes, que a gente tem um ótimo relacionamento monoproduto. A capacidade de fazer o cross-sell e ter uma oferta full bank é o que vai fazer com que o varejo, de fato pessoa física, avance de forma muito importante. Ainda em construção, não quero antecipar o que a gente ainda não entregou, acho que ainda tem muito desafio aqui dentro de casa para a gente colocar esse "ovo de pé", mas eu estou convencido, estamos convencidos, de que no momento em que a gente fizer isso, isso vai abrir uma avenida de crescimento para os nossos segmentos de forma muito importante. A gente tem outro Uniclass dentro do banco, a gente tem uma fração do Personalité dentro do banco e, em outros negócios, em uma experiência ou numa relação monoproduto com esses clientes.

Então, daí vai vir muito crescimento ainda e, nas rendas mais baixas, de novo é um play de crédito, de gestão de risco e de eficiência que a gente vai continuar aprofundando no banco. Então, para cada público vai ter a sua lógica, quanto mais eficiente, maior o seu apetite e, por outro lado, essa capacidade de cross-sell com os públicos que a gente já tem dentro de casa certamente vai ser um bom driver de crescimento, olhando para frente. Estamos bastante otimistas com o projeto, vamos ver se a partir do ano que vem, a gente já começa a dar mais novidades para vocês dos avanços. Mas, daí vai vir muito crescimento. E, no restante, no varejo PJ, muita oportunidade, a gente tem algumas BUs PJ fora do mercado e tem muita oportunidade para crescer, no middle market idem e a gente tem conseguido crescer com qualidade. Então, crescimento não é uma preocupação que eu tenho, acho que tem muita oportunidade e a gente vai continuar entregando o crescimento com qualidade, de forma sustentável, sem nenhum tipo de... tirando a volatilidade do balanço, que é isso que a gente busca no longo prazo.

[Renato Lulia]

Obrigado Milton, a próxima pergunta do Yuri Fernandes que esperou até o final, mas, segura por favor mais dois minutinhos, Yuri, eu já volto com você.

Porque teve uma parte de uma pergunta do Carlos que não foi respondida. O Carlos te perguntou sobre o negócio de seguros, também. Sim, o Carlos perguntou se você vê o negócio de seguros sendo sustentável e qual a sua previsão daqui para a frente.

[Milton Maluhy]

Falando de seguros, sim, acreditamos que é sustentável. tivemos uma certa desaceleração em relação aos demais períodos, porque estávamos crescendo 50% ano a ano. Logo, reduzimos para 20-25% ano a ano em nosso negócio core de seguros, que é 3/4, 75% do nosso negócio tem a ver com o core do negócio em que acreditamos, os seguros bancários. Com essa expansão de crédito e toda expansão que eu estava falando agora há pouco, do cross sell, com a plataforma ONE Itaú, e assim por diante isso nos dará a capacidade de continuar crescendo em seguros de forma sustentável. Então, continuamos muito positivos, encontramos o caminho para crescer, estamos muito inseridos na operação. Uma enorme sinergia com a equipe comercial, com a equipe de seguros.

Mudamos a forma como abordamos os clientes, por isso estamos muito confiantes de que isso continuará no caminho certo e será sustentável no longo prazo. Estamos muito positivos em relação aos seguros, e também, se você olhar o resultado do lado de seguros, você verá que estamos aumentando o premium que recebemos e estamos reduzindo o custo das perdas. Então, o nosso índice combinado vem evoluindo em três pontos, de 53 para 50%, logo, é um índice combinado muito bom. E, também, a plataforma aberta tem desempenhado um papel relevante e continuaremos nessa direção. Teremos a produção, a distribuição e a plataforma aberta, e o conjunto tem um papel muito relevante no nosso negócio.

[Renato Lulia]

Obrigado, Milton.

E agora sim, última pergunta da fila, obrigado de novo Yuri pela paciência de ficar aqui com a gente o call inteiro. Obrigado, bem-vindo aqui ao call.

[Yuri Fernandes]

Obrigado eu, Lulia, obrigado Milton pela paciência de vocês e pegarem tantas perguntas.

Eu vou fazer só uma pergunta pela duração do call e é sobre a transformação digital no varejo. Vocês têm os dados legais na apresentação de vocês e, chama um pouco a nossa atenção, a

queda de número de crescimento de contas, de abertura de novas contas digitais. Então eu queria entender um pouquinho, acho que dava para mais de 900 mil, 1 milhão de contas e esse trimestre foi mais para 700, 750 mil. Queria entender um pouquinho o que que foi isso. Imagino que deve ser o banco ainda cauteloso, a estratégia de mar aberto, deve ser um pouco a ver com isso. Mas, mais do que o número de contas ali, naquela tabelinha, tem os dados de share de transações digitais por volume. E, quando a gente olha esse share de transações digitais em créditos, investimentos, pagamentos a gente vê alguma estagnação. Então, a minha dúvida é mais nessa linha de transformação digital, se vocês estão vendo assim talvez um ponto, não vou falar de inflexão, porque acho que é uma tendência meio circular, esse canal digital, mas, se talvez vai começar a crescer um pouco menos a penetração desses canais digitais pensando o banco como um todo e obrigado de novo pela paciência de vocês.

[Milton Maluhy]

Imagina. Desculpe aqui te deixar para o último da fila, last but not least, obrigado Yuri. Então, deixa eu te falar, primeiro começar pela segunda parte. A gente sem dúvida continua trabalhando forte na questão digital, mas a gente entende que a gente foi para um nível de penetração altíssimo e, portanto, as novas penetrações, vai, o marginal daqui para frente, tende a ter uma velocidade muito menor porque o grosso do espaço foi atingido. Dito isso, a gente continua muito focado revendo as experiências, as jornadas dos clientes, os acessos aos canais digitais, digitalizando os nossos clientes. Então a gente acha que inclusive o mix de clientes, mudando ao longo do tempo, você vai na margem melhorando a penetração de canais digitais. E a gente vai continuar vendo a evolução, talvez no ritmo um pouco mais lento do que a gente observou nos trimestres anteriores. Acho que a pandemia teve um papel muito forte de aceleração e, depois que a pandemia acabou, no fundo a velocidade e a inclinação da curva mudou sim, você está correto. Mas é algo que a gente acompanha o tempo todo. E, volto a dizer a relevância e a importância que a rede tem. O Thiago me perguntava agora pouco, isso mostra não é só uma questão de canal digital, mas é o quanto o outro canal físico ainda tem uma importância muito grande e como os clientes ainda gostam para crédito, para investimento ainda te ter acesso aos canais físicos, de conversar com o seu gerente, de entender, isso só reforça o outro lado da moeda, né? Porque, se a gente fosse para um banco full digital, certamente uma parte relevante das nossas receitas iriam embora e é essa a defesa do modelo phygital. Então tem que olhar a penetração dos canais digitais, e isso a gente tem feito e faz e acompanha o tempo todo, mas tem que olhar também a relevância que os canais físicos têm. O atendimento seja ele remoto, o canal físico para essa oferta, entrega de valor para os clientes. Então esse é o outro lado da moeda. E, sobre as contas, a redução é filtro mesmo. E o filtro tem duas visões aqui, uma é crédito porque, no fundo, você abrir uma conta para um cliente em que você tem baixa capacidade de dar crédito, você tem o CAC, você traz um cliente para o banco, você frustra a expectativa do cliente que espera um crédito e é um cliente que, no filtro, não vai ter acesso a crédito e traz um custo para o banco que você não precisava trazer. Então a gente tem sim apertado o filtro, para garantir que as contas que a gente abre de canais digitais elas melhorem do ponto de vista de qualidade. Então, estou olhando menos pela quantidade, mas pela qualidade desta conta que a gente tem trazido. Portanto, 900 mil não necessariamente é melhor que 700 mil nesse sentido. Porque o mix de qualidade pode ser muito melhor nos 700 mil do que eram nos 900 mil, então, a gente olha muito mais por dentro o número do que os números absolutos. E é isso que a gente tem feito, é filtro de crédito e, de fato, clientes que eu sei que eu vou conseguir trazer, engajar, que eu tenho uma proposta de valor, que eu vou entregar um produto, que eu vou conseguir dar crédito, que eu vou conseguir ter uma relação de longo prazo e que seja ganha-ganha para o cliente e para a organização. Então, é por aí que vem os ajustes.

[Renato Lulia]

Obrigado Milton, e essa era a última pergunta aqui dos analistas que participaram do call aqui com a gente por hoje. Até para uma questão de tempo, a gente recebeu várias perguntas por WhatsApp, a gente vai responder todas depois pelo time de RI e, com isso, a gente encerra então aqui o nosso Q&A, segunda parte do call de resultados. Agradecer a todo mundo que ficou com a gente por quase duas horas aqui hoje, e passar para você, Milton, para o seu fechamento aqui do nosso call, obrigado.

[Milton Maluhy]

Legal gente, mais uma vez, um prazer e um privilégio estar aqui com vocês. Acho que os números e o que a gente tem conseguido comunicar para vocês, a gente tem sido muito muito cuidadoso, muita transparência, os números são sempre os números. Vocês podem fazer as perguntas, vocês não vão sair sem resposta, a gente pode não saber responder na hora, mas, vocês não vão sair sem respostas, isso eu posso garantir para vocês. A gente preza muito pela transparência, pela forma como vocês fazem as provocações, as perguntas são importantes. A gente sempre faz um debriefing, post call, para entender quais são as mensagens, preocupações para que a gente tenha segurança de que a gente está com o olho na bola e se não tem nenhum ponto cego. Então, agradeço muito o tempo de vocês, a dedicação para os calls e espero poder, esperamos poder atender as expectativas de vocês. Muito felizes com os resultados e muito confiantes com o que tem pela frente. Então, a gente continua acreditando muito na nossa jornada, seja ela de transformação digital, seja ela de eficiência, seja ela de transformação cultural e a gente tem conseguido de fato entregar e mudar a visão de valor para o cliente. Isso é o mais importante. E o banco tem conseguido crescer, aumentando o nível de engajamento dos nossos clientes em todos os segmentos. Então com isso eu encerro aqui, acredito que já falamos bastante, nos vemos em breve em reuniões com o mercado, ou talvez no próximo call. Tá bom, gente?

Muito obrigado e até a próxima, um grande abraço para todos vocês.