



**Local Conference Call
Itaú Unibanco Holding S/A (ITUB3)
Resultados do 2T21
3 de agosto de 2021**

Operador: Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Itaú Unibanco Holding onde será discutido o resultado do segundo trimestre de 2021.

No momento, todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e mais tarde será aberta a sessão de perguntas e respostas. As perguntas poderão ser feitas via telefone, digitando asterisco 1, ou pelo WhatsApp, através do QR Code para acesso pelo celular ou do link para acesso pelo computador.

Caso necessite de assistência durante a reunião, tecle “asterisco zero”. Cabe lembrar que a reunião está sendo gravada e transmitida simultaneamente pelo site de relações com investidores www.itaubr.com.br/relacoes-com-investidores. Os slides desta apresentação estão disponíveis no site.

Ao final da teleconferência, pedimos que respondam nossa pesquisa de percepção do evento, disponível através do QR Code.

Antes de prosseguir, esclareço que eventuais declarações feitas durante esta reunião sobre tendências, perspectivas dos negócios, projeções e metas operacionais e financeiras são meras previsões, baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro do Banco. Estas expectativas são altamente dependentes das condições do mercado, do desempenho econômico geral do país, do setor e dos mercados internacionais. Portanto, estão sujeitas a mudanças.

Conosco, hoje, estão os senhores **Milton Maluhy Filho**, Presidente; **Alexsandro Broedel**, Chief Financial Officer, e **Renato Lulia Jacob**, Diretor de Relações com Investidores e Inteligência de Mercado.

Inicialmente, o **Sr. Milton Maluhy** apresentará o resultado do segundo trimestre de 2021. Depois os executivos responderão às questões recebidas.

Agora eu passo a palavra ao **Sr. Milton Maluhy**.

Milton Maluhy: Bom dia a todos. Prazer tê-los aqui com a gente em mais uma conferência de resultados nesse segundo trimestre, agora de resultados do segundo trimestre de 2021.

Eu começo dando ênfase aqui para o resultado recorrente gerencial de R\$6,500 bilhões, um crescimento de 2.3% no trimestre, um ROE recorrente gerencial de 18.9 com aumento de 0.4 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre também. Todos os números que eu vou falar nesse slide são referentes à variação de



segundo tri contra o primeiro tri de 21. A carteira de crédito no Brasil crescendo 4.6% atingindo R\$699 bilhões, no consolidado a gente atinge R\$909 bi de carteira. Cartão de crédito, notícia positiva, é uma carteira que sofreu bastante aí durante o período da pandemia, principalmente em 2020, e já começa a ter uma recuperação nos faturamentos e a carteira cresce, então, no trimestre, 6.7%. Isso é boa notícia, seja para receita de serviços, seja para o crescimento na margem com clientes. Crédito consignado crescendo 5,5%, uma carteira que tem grande oportunidade – eu vou falar sobre isso daqui a pouco – e crédito imobiliário, como a gente já vinha divulgando aí nos últimos meses e no trimestre passado, a gente vem com um desempenho muito forte e todo esse empilhamento de carteira e crescimento está refletido aqui nesse crescimento de 12.8 no trimestre.

Margem com clientes, boa notícia, crescimento de 3.9% no tri, atingindo R\$16.8 bilhões. O atraso acima de 90 dias pessoas físicas no Brasil atingiu um patamar muito saudável, 3.6%, uma queda de 0.3 pontos percentuais. Receita de serviços e seguros um bom trimestre, crescimento de 2.7 em relação ao trimestre passado – eu vou dar mais ênfase sobre essas linhas daqui a pouco – atingindo um índice de eficiência no Brasil de 42.2, dos melhores de índices da série, uma queda de 1 ponto percentual e aqui sendo impactado seja pelo trabalho que a gente vem fazendo em custos, seja pelo crescimento de *top line*, que é o nosso foco em crescimento.

Falando de aquisição digital, atingimos uma marca de 4.7 milhões de clientes conquistados aqui nos canais digitais no segundo trimestre de 2021. O primeiro trimestre já tinha sido um trimestre bem forte em aquisição digital, ainda assim a gente teve um crescimento de 27% em relação ao tri passado.

Quando a gente fala do ITI, a gente já atingiu 7.8 milhões de clientes em junho de 2021, só no trimestre foram conquistados mais de 2.6 milhões de clientes para o ITI, e o mais importante é que, além de eles estarem numa faixa etária muito foco, de fato, onde a gente tinha o gap estrutural, público bastante jovem, entre 18 e 35 anos de idade, mais de 90% desses clientes conquistados não são correntistas, portanto, não tinham relacionamento com o banco, o que mostra que o ITI tem tido um papel super importante para trazer um público novo e diferente para a instituição.

Aqui nesse slide, mudando de página aqui para o slide 3, o que eu gostaria de dar ênfase é para o projeto do varejo. A gente já comentou sobre esse projeto algumas vezes, eu aqui estou trazendo um pouco mais de números para tangibilizar para vocês qual é o tamanho do objetivo e a ambição que a gente tem aqui. Então, é uma revisão completa da experiência do cliente, uma ressignificação total da proposta de valor dos nossos negócios, isso vale para todos os segmentos,, então a gente está fazendo essa revisão para o Itaú Agências, a gente está fazendo para o Uniclass, para o Personalité e para o Varejo Empresas, projeto superambicioso, supercomplexo que vem sendo conduzido muito bem, e a notícia boa é que até o final deste ano a gente deve ter 75% das iniciativas implementadas, sobrando ainda algo para 2022. Portanto, parte relevante do valor deste projeto vai ser capturado no curto e médio prazo. A gente tem uma ambição enorme, principalmente para a parte digital desse projeto, o nosso objetivo, a gente coloca aqui em números, é



quadruplicar o número de vendas digitais até 2025, fazendo com que essas vendas digitais, esses negócios digitais atingiram aqui 50% de *share* nas nossas receitas, é um crescimento muito importante aqui nos próximos 4 anos.

Tem toda uma reorganização do atendimento presencial, então a primeira decisão que nós tomamos – e a gente vem implementando isso muito bem – é ressignificando o papel do gerente, a gente tinha 2 estruturas que corriam em paralelo, a estrutura comercial e operacional com o reporte na organização em níveis diferentes, e a gente unificou, nesse momento a gente passa a ter um único dono responsável pela agência olhando tanto a parte comercial e operacional, o que ajuda na simplificação das jornadas perante o cliente e facilita uma visão única de centralidade dentro de cada uma das agências. E a gente também está fazendo uma remodelação da rede de agências, criando o que a gente chama de agências hub, agências satélites, ressignificando em cada microrregião do país, dependendo da necessidade da demanda daquela região, um enxoval de cada uma dessas agências vai ser diferente, muito adaptado às necessidades dos nossos clientes.

Quando a gente compara em relação ao segundo tri 19, a gente teve um incremento de 23% no volume de contas abertas, 54% dessas contas foram abertas de forma digital, então o *share* de contas digital vem crescendo e hoje é mais da metade, e o que a gente tem conseguido fazer com utilização de dados, maior conhecimento dos clientes e os nossos modelos, a gente tem conseguido duplicar o crédito pré-aprovado para essas novas contas, sejam as contas abertas nos canais físicos, sejam as contas abertas nos canais digitais.

Um outro item que eu gosto de dar ênfase aqui, a gente traz alguns termos aqui, o “figital” e *omnichannel*, essa lógica de que você pode ter um atendimento físico e digital, eu tenho falado muito que a gente não quer ser um banco remoto, ser uma empresa digital não significa ser uma empresa remota, a gente quer atender o cliente onde ele desejar, seja num canal físico, seja num canal digital, mas com uma experiência totalmente digital. Então, esse conceito de omnicanalidade a gente vem acompanhando, nós fechamos nesse período mais de R\$9 bilhões em operações que são definidas aqui de O-2-O, que é *online to offline*. Basicamente o que a gente quer dizer aqui é que são operações foram iniciadas ou finalizadas em um canal digital e que tiveram alguma etapa dela feita através de um dos canais físicos, e isso justamente porque muitas vezes o cliente inicia a contratação de um produto, quer se assessorar, quer conversar com o gerente e termina num canal físico ou inicia a transação num canal físico e depois que ele já tem todas as dúvidas esclarecidas, a consultoria feita, ele finaliza a transação num canal digital. Então, isso é ótima notícia, de fato, a omnicanalidade funcionando a plenitude.

58% das contratações de PF no segundo tri foram feitas nos canais digitais, naturalmente o *share* de pagamentos é maior, depois a gente tem o *share* de investimentos em crédito, mas todos eles têm ganho *share* na evolução aí e segue sendo a tendência olhando para frente, tá.



E, por último, não menos importante, todo o investimento que a gente está fazendo na nova assessoria de investimentos. Então, a gente vai atingir até o final de 2022 mais de 100 escritórios, são escritórios próprios, em que a gente tem colaboradores CLT, mas que funcionam num modelo de assessoria, complementando o papel do gerente das agências, sobretudo, no Personalité, encarteirando clientes com investimentos e prestando uma assessoria mais completa. A gente deve atingir mais de 1.500 especialistas e a plataforma que serve não só os clientes, mas serve também a esses assessores de investimento, e a Íon, que é uma plataforma em que a gente vem incluindo uma série de funcionalidades novas nos últimos tempos, já no segundo semestre a gente deve escalar vários produtos novos dentro do Íon, que passa a ser a forma como a gente se relaciona com os clientes correntistas e com os não correntistas mar aberto também.

E para os clientes de segmentos mais baixos, a nossa ideia é ter um *approach* absolutamente digital através da plataforma, não necessariamente são clientes encarteirados, mas são clientes que vão ter uma assessoria digital muito forte através do Íon.

Mudando de slide, indo para a próxima página, eu começo a falar sobre expansão do crédito consignado. Eu comentei agora a pouco o crescimento que a gente já observou no tri, 5,5%, crescimento de 17% no olhar ano contra ano, mas o mais importante é que, se vocês olharem a nossa carteira de 59 bi, ela é composta por 3 grandes segmentos não consignado: o INSS, onde é, de longe, a nossa maior carteira, R\$47 bilhões; a gente tem R\$7.2 bi em empresas privadas, embora seja um volume menor, em termos de *market share*, o consignado e o empresas privadas andam muito próximos em termos de penetração de mercado, a gente tem por volta de 25% de mercado nesses 2 segmentos aqui do negócio de consignado, mas o maior mercado de todos, que é o mercado de empresas públicas, que é onde a gente, por várias razões, acabou não participando do crescimento desse mercado nos últimos anos, é onde a gente tem o menor share e, portanto, é onde a gente vê a maior oportunidade de crescimento, tá. Então, a gente fez uma revisão completa da nossa atuação em consignado público e eu acho que o evento que reforça esse reposicionamento foi que nós vencemos a licitação recente do governo de Minas, são 618.000 servidores, saldo de 8 bi em créditos consignados, só o saldo de consignado que esses servidores têm é maior do que a nossa carteira em órgãos públicos hoje, além de um volume de 4.8 bi por mês, que é o montante mensal de pagamento a servidores estaduais e fornecedores, e, nessa licitação, a gente tem a possibilidade de abertura de conta 100% digital e por meio dos novos pontos físicos dedicados.

Então, aqui para dizer que a gente vê com grande otimismo o potencial de crescimento, principalmente no segmento em que a gente não tem penetração hoje, a gente tem menos de 2% de *market share* e é o segmento com maior representatividade, onde a gente vê a maior oportunidade de crescimento, sem sombra de dúvida.



Indo para o slide 5, eu dou uma ênfase aqui no segmento de pequenas e médias empresas, mas o que eu gostaria de chamar a atenção primeiro é a história, né, olhar o filme, não só a foto. Se a gente parte da base de junho de 2017 e olha junho de 2021, essa é uma carteira que a gente dobrou de tamanho nos últimos 4 anos, partimos de 60 bi de carteira, atingimos R\$133 bilhões em carteira e assumimos a liderança de mercado nesse segmento. O mais importante é que todo esse crescimento aconteceu dado uma transformação profunda que foi feita na operação e com um modelo muito sustentável e com centralidade no cliente funcionando a pleno vapor. Aqui vocês conseguem ver pelos indicadores de *net promoter score*, a gente cresceu 28 pontos de agosto de 2018 até dezembro de 2020, a gente continua vindo com performance na avaliação dos nossos clientes muito fortes, e o NPS do segmento – e aqui considerando todos eles, sejam as empresas do varejo, sejam *middle market*, a cada um com a sua nota, naturalmente, mas – no consolidado a gente vê um NPS acima de 65 pontos, que é um NPS muito forte. Ainda assim, a gente vê muita oportunidade.

A transformação continua, que é o que eu chamo a atenção aqui do lado direito do slide, e a nossa agenda de *beyond banking*, né, criando ecossistemas de parcerias para atender todas as necessidades dos clientes. Nesse trimestre a gente fez aqui uma parceria com a Omie para entregar um ERP digital para as pequenas e médias empresas, é algo diferente do que a gente está acostumado, a gente começa a ter uma nova frente de receita na medida em que eu levo uma solução de caixa, uma solução de CRM, uma solução de nota fiscal, uma solução de controle de estoque para os nossos clientes e a gente passa a ter o crédito também de forma muito mais próxima dos clientes na medida em que eu vejo todo o fluxo de A Pagar e Receber dessas empresas, tá.

E quando a gente fala dessa ressignificação que está sendo feita nesse mercado de pequenas e médias, eu trago em números aqui um pouco da nossa ambição de 2025: 50% de clientes a mais é o que a gente imagina conquistar ao longo do período, é um crescimento muito importante, mas, mais importante do que isso, a gente espera crescer o resultado desse segmento em 70% nos próximos 4 anos e meio. Então, trazendo um pouco para vocês a ambição que a gente tem.

Indo para o próximo slide, não poderia deixar de falar sobre a agenda sustentável, agenda de desenvolvimento sustentável do banco. O que tem de novidade, vocês devem lembrar que em 2019 a gente fez um anúncio de que nós contribuiríamos com até R\$100 bilhões para setores de impacto positivo na concessão de crédito basicamente e o que a gente mudou aprofundando o olhar para essas cadeias e olhando a nossa ambição para 2025 também, a gente mudou a meta e o nosso objetivo, de fato, é contribuir com R\$400 bilhões para o desenvolvimento sustentável. Aqui eu estou falando de setores de energia renovável, saúde e educação, financiamento de carros elétricos, crédito para mulheres, agronegócio. Esses são os setores que foram definidos, e aqui a gente deve fazer isso de 2 formas: seja através de crédito, seja através de estruturação de operações com selo ESG. A gente tem liderado o mercado nesse primeiro semestre levando clientes, corporações, inclusive o próprio banco fez uma captação linkada ao ESG e o



objetivo com isso é não só trazer alguns bolsões adicionais para os nossos clientes, bolsões de investidores que têm o apetite para empresas que têm essa consciência ESG como trazer também um benefício em preço e em taxa nessas operações, e a gente tem conseguido fazer isso com bastante sucesso. Então, esse é o destaque da agenda ESG no trimestre.

Bom, agora entrando um pouco mais nos números, vou falar de carteira de crédito. Primeira ênfase que eu gostaria de dar é que a gente cresce a carteira de pessoa física 7% no trimestre. Como é que isso está composto? Primeira informação, cartão de crédito cresce 6.7, vocês conseguem ver que na base de comparação anual um ano deprimido, que foi o ano de 2020, é verdade, mas dá uma boa ideia da aceleração que a gente tem observado, então um crescimento mais próximo de 20%; cartão de crédito, que é uma carteira que foi bastante ao longo do ano passado basicamente pelo consumo contido das famílias, é uma carteira que tem um perfil diverso, a gente está em todos os segmentos aqui, é um substrato da população, mas é uma carteira que tem um perfil bastante *affluent* também e bastante faturamento concentrado em alguns segmentos, como o Personalité. Então, houve, sim, uma queda de consumo, queda de viagens, isso afeta o crescimento da carteira, mas a gente já viu uma recuperação importante nesse trimestre, então a carteira cresce 6.7; a carteira de crédito do pessoal, que cresce 1.2, é um crescimento relativamente pequeno, mas é importante 2 informações aqui: olhar o saldo médio da carteira e a aceleração na ponta, que é o que mostra a tendência para os próximos trimestres e como isso vai impactar naturalmente a margem.

Se a gente olhar aqui no canto inferior direito do quadro, vocês vão ver o saldo médio da carteira de crédito pessoal. Crédito sob medida, que foi todo aquele crédito feito durante a pandemia com prazos mais longos e taxas mais baixas, tem uma queda de 6.9 no período, isso é boa notícia para PDD e é boa notícia para a margem na medida em que a gente começa a ir para um mix com melhores margens e rentabilidade; cheque especial cresce 3.4% no trimestre; e o crediário cresce 15.6% no trimestre, mostrando já a aceleração que a gente tem observado e as perspectivas positivas para os próximos trimestres.

Ainda assim, quando a gente se compara com o ano passado, houve, sim, uma queda relevante nos rotativos, principalmente cheque especial de 19%, isso em função de que os saldos dessas carteiras vinham em patamares muito altos e com esse aumento de poupança interna, seja com o Plano Travessia, em que a gente levou os clientes para prazos mais longos e taxas mais competitivas, a gente reduziu, sim, intencionalmente uma parte o saldo dos rotativos, tá. Então, isso a gente consegue observar na visão ano contra ano.

Voltando para o quadro aqui de crescimento, veículos vindo muito forte, crescendo 5.7 no trimestre; crédito imobiliário continua com um ritmo muito acelerado, se olhar no ano contra ano tanto veículos como crédito imobiliário crescendo acima de 30%; e a micro, pequena e média cresce 3.4, um pouco menos no trimestre, mas ainda assim com um crescimento vigoroso no ano contra ano.



Quando a gente vai para grandes empresas, a gente tem visto algumas oportunidades muito boas de encarteiramento de crédito, mas vocês conseguem ver que o grosso do crescimento se dá através de títulos privados e encarteirados, isso significa dizer que a gente tem uma carteira muito saudável, de ótima qualidade e bons retornos e no momento em que a gente perceber uma abertura mais relevante no mercado de capitais doméstico a gente tem capacidade de rodar e de vender essa carteira no mercado. Então, ainda assim a gente vem conseguindo encarteirar ótimos créditos com boa rentabilidade para o balanço.

Os efeitos aqui negativos que vocês observam aqui na América Latina, seja no ano contra ano, seja no tri contra tri, são advindos basicamente do efeito da desvalorização cambial nas moedas, seja no peso chileno, peso colombiano. Tirando os efeitos, como vocês podem ver, o efeito seria positivo e a gente teria crescido 5% tirando o efeito no total, né, no trimestre o efeito de variação cambial e no ano contra ano 13.8.

Indo para o próximo slide, a notícia boa é que a gente passou alguns trimestres, desde o segundo tri do ano passado, em que a gente vem observando uma queda na margem pelas razões que eu já coloquei, o Plano Travessia com muita ênfase, muito menos produção no varejo, muito mais produção no atacado, então o mix também teve um efeito negativo na margem, a gente estabilizou a margem já no trio passado e nesse tri a gente já vê uma recuperação na margem e as perspectivas para frente são positivas, seja no consolidado, seja no Brasil. E aqui em baixo eu dou um zoom para mostrar um pouco o *core* da margem como é que ela se comportou no trimestre. Primeira informação é que a gente desconta o capital de giro. Capital de giro do tri passado para esse tri teve uma evolução positiva de R\$50 milhões em função do aumento da SELIC, ele não vem na mesma velocidade dos aumentos da SELIC porque a gente faz o *hedge* desse capital de giro e mesmo do depósito à vista com um gradiente, e na medida que o mercado, enfim, esses futuros vão vencendo, esses vértices vão sendo renovados, a gente vai reprecificando o capital de giro e os passivos também.

Então, olhando aqui, o grande efeito positivo foi o volume, então um crescimento; mix de produtos já começa a trazer efeitos positivos, as perspectivas são positivas nesse sentido; maior quantidade de dias corridos, a gente teve um dia corrido e um dia útil a mais no tri; os *spreads*, aqui os *spreads* o quê que a gente faz? A gente olha o *spread* individual de cada produto e coloca se houve aumento ou queda. O *spread* explica, então o mix fica separado, mas aqui a gente só fala de *spread*. Teve uma redução, e é importante dizer que os 2 maiores efeitos foi o aumento das taxas de juros nas curvas longas para captação de recursos e zeragem da taxa pré na Bolsa e isso acaba impactando basicamente a carteira de crédito imobiliário e a carteira de veículos, mas naturalmente vai haver – e já está havendo – uma reprecificação na ponta, o que faz com que a gente recupere e recomponha o *spread* no tempo. Então, essa é a grande explicação. Boa notícia, margem com clientes avançando, perspectivas positivas.



Bom, margem financeira com o mercado, a gente pode olhar essa informação de 2 formas: assim, teve uma queda no tri, mas se a gente olhar o número absoluto de R\$2 bilhões ele está bem acima da média histórica se vocês olharem os tris anteriores. A gente roda, historicamente, com algo próximo a R\$1.4 bi de margem com mercado, o tri passado foi um tri excepcional em que a gente teve um resultado muito forte no Brasil e também muito forte na região na América Latina, especialmente no Itaú CorpBanca, o banco já divulgou os seus resultados, já fez o *call* com o mercado também, então já deu mais detalhe sobre isso. nesse trimestre a gente repetiu a performance de mercado no Brasil, que também foi excepcional, mas já na América Latina a gente voltou para o batidão histórico de 500 milhões, muito mais em linha com o que a gente vinha performando nos tris anteriores. Claramente, o primeiro trio foi um *outlier*, mas ainda assim uma margem com o mercado muito forte no trimestre.

Ênfase em cartões aqui. Eu queria chamar a atenção para algumas informações que eu julgo que são muito relevantes. Primeiro, a gente saiu com uma campanha na mídia e a gente tem falado muito isso, seja na mídia, ou seja, nas redes sociais ou nas mídias digitais, a história de que há um cartão para cada perfil de cliente. Então, tem opções de acordo com benefício, quem quer cartão sem anuidade, que quer desconto em supermercado, quem está buscando milhas, quem está querendo compras e eletrônicos, quem quer telefonia, enfim, para cada cliente a gente traz alguns exemplos aqui, seja o cartão do ITI, que é sem custo, seja o Click, que é sem anuidade, mas que você pode comprar um pacote de benefícios e paga por isso separadamente, seja o cartão Samsung, que tem sido um sucesso, lançamento recente e a gente já teve uma demanda de mais de 1 milhões de cartões para o Samsung, o Credicard, que hoje a gente tem uma oferta totalmente digital, com custo de aquisição hiper competitivo com qualquer player digital e um nível de NPS altíssimo também, o cartão do Magalu, a gente também lançou recentemente um cartão digital do Magalu, que tem tido uma demanda fantástica, e vários outros para eu não entrar aqui em cada um deles.

Eu trouxe algumas informações, de novo, trazendo com cada vez mais transparência para vocês e para tangibilizar nossa performance, a gente no mês de junho adquiriu mais de 1.3 milhões de cartões de crédito que foram emitidos, é um volume muito, muito forte, é o dobro do que a gente fez em março de 2021, então tem claramente uma aceleração dado o reposicionamento que a gente fez do nosso portfólio, notícia boa, mais de 51% das vendas foram feitas em canais digitais, o que traz naturalmente um CAC (um custo de aquisição de clientes) mais baixo e com uma qualidade muito boa, a gente tem observado a qualidade das safras muito boas, o NPS global de 69 pontos, se a gente tirar alguns casos aqui, a gente tem casos com mais do que 69 pontos naturalmente, que são cartões que estão tendo uma performance incrível do ponto de vista de qualidade.

E uma outra notícia que eu também acho importante, a gente tem hoje aproximadamente 60% de *market share* nas carteiras digitais. Lembrando que quando o cliente coloca o cartão dele numa carteira digital, dificilmente ele troca esse cartão, então a gente sempre achou que fazia parte da nossa estratégia



posicionar com muita ênfase o nosso papel nessas carteiras, seja na Samsung Pay, Apple Pay, Google Pay.

Falando um pouco mais dos números do portfólio de cartões, a gente atingiu 35,6 milhões de cartões de crédito, 7.8% de crescimento quando a gente se compara com junho de 2020, um ano, 30,6 milhões de cartões de débito. A notícia boa que vale para a margem financeira e vale também para receita de serviços é que o volume transacionado tem crescido, então a gente faz uma quebra aqui entre débito e crédito segundo tri de 20, primeiro tri de 21 e segundo tri de 21, o que a gente observa é que, em relação ao primeiro tri, teve um crescimento no consolidado do faturamento de 8.2% e no ano contra ano, pelos pontos que eu já coloquei anteriormente, muito deprimido em função da pandemia no ano passado, mas mostra uma recuperação e uma aceleração muito forte, crescimento de 44.9 quando a gente compara com o segundo tri de 2020. Então, isso é ótima notícia, é uma carteira que começa acelerar e, dado nosso tamanho e posição de mercado, isso é boa notícia para receita de serviços e para a margem com clientes também.

Entrando um pouco mais aqui na linha de serviços e seguros, cartões eu dei a ênfase já no slide anterior, vocês conseguem ver o delta na receita de serviços e seguros de 7.2 no trimestre, um efeito bastante positivo, a aquisição crescendo 1.8, 19.7 no ano contra ano, aqui tem lição de casa ainda para fazer, a gente tem avançado bastante, seja com os polos, seja com uma nova dinâmica de gestão, então as perspectivas são positivas quando a gente olha aquisição.

Conta corrente, praticamente de lado, sem grandes ênfases. Administração de recursos, a gente teve um trimestre muito sólido, muito bom e, basicamente, lembrando que aqui a *performance fee*, embora você já paga semestralmente, a gente faz o *accrual* por competência, né, e a gente teve um bom resultado de *performance fee* nesse trimestre, melhor do que tinha sido no primeiro, e é isso que impulsiona esse crescimento que vocês estão observando aí, e a gente já vem com uma batida bem forte, crescendo ainda assim 9% ano contra ano.

Na linha de assessoria econômico-financeira e corretagem, eu quero fazer um pequeno comentário aqui, que é o seguinte: nessa linha é onde a gente faz a consolidação da rep, equivalência patrimonial da XP. Então, só lembrando, a gente pega o lucro líquido da XP, faz o *gross up* pela alíquota de imposto e desconta o custo de carregamento do investimento que foi feito à época pelo CDI. No primeiro trimestre de 2021, a gente teve 3 meses cheios desta rep. Neste segundo trimestre, a gente não abre o número, a XP ainda não divulgou os seus resultados, por isso a gente não abre os números, mas o fato é que a gente teve 2 meses de XP e já no mês de junho esse resultado está sem XP, ainda assim a gente foi capaz de recompor o resultado e crescer 12% no trimestre tendo um mês de XP a menos no segundo trimestre de 21.

Quando a gente vai para resultado de seguros, o que eu chamaria a atenção aqui, quer dizer, no fundo em assessoria econômica o grande destaque tem sido o banco de investimento, resultados muito sólidos, eu faço ali inclusive, do lado direito, um



pouco os nossos números e o ranking, aqui no segundo trimestre a gente continua aqui na posição de primeiro lugar em renda variável, volume emitido em 38 operações no primeiro semestre, primeiro lugar em fusões e aquisições, 145.4 bilhões, 23 operações no primeiro semestre, primeiro lugar em renda fixa também com 13 bilhões de operações estruturadas, então essas são informações, são dados públicos divulgados pela Dialogic e pela ANBIMA esses resultados.

E ainda, por último, para o resultado de seguros, é importante aqui só fazer o *shift* porque eu falo de receita nas outras linhas e aqui eu estou falando de resultado, tá. Então, basicamente, a gente está falando de receita de seguros, né, previdência em capitalização, tirando o quê que é despesa com sinistro e de comercialização. Como nesse segundo trimestre teve um aumento no volume de sinistros muito em função do Covid, seja para os produtos de prestamista, seja para os produtos de seguro de vida, teve um dos efeitos negativos aqui no resultado de seguros, e, além disso, tem descasamento de índices de inflação, IGP-M, IPCA, que acabam impactando aqui também e teve um impacto negativo nesse descasamento temporal de índices de inflação, então por isso que vocês veem o resultado de seguro um pouco menor no trimestre. O *top line* de seguros cresceu no trimestre, mas quando a gente olha o resultado basicamente explicado por sinistralidade, que foi o maior efeito, a gente vê um resultado um pouco para baixo. A perspectiva é de que a sinistralidade deve ir caindo ao longo do tempo na medida que a pandemia vai arrefecendo aí nos próximos trimestres.

Aqui, falando de qualidade de crédito, tem algumas mensagens que são superimportantes: primeiro, a gente atingiu lá um custo de crédito de 4.7 bi no trimestre, isso significa uma relação de 2.1%, custo de crédito anualizado sobre carteira de crédito patamares muito baixos apesar do crescimento. Por que cresce 4.7 contra 4.1? Lembrando que no tri passado a gente teve basicamente 2 casos do corporativos em que houve *upgrade* de *rating*, melhora nas características do crédito, isso fez com que houvesse algumas reversões feitas nesses casos, o que ajudou para o custo do crédito no tri passado. Nesse tri isso não aconteceu novamente, inclusive a gente fez uma provisão um pouquinho maior para um caso específico. Então, basicamente, o que explica o delta de um tri para o outro é a carteira do atacado com eventos pontuais, como é de costume nessa carteira. Mas nada que nos preocupe.

Olhando ali para o índice de cobertura NPL 90 dias, a gente tem uma leve queda de 290, no total, né, de 298 para 283, mas dá para ver aqui que na América Latina tem uma queda de 13 pontos percentuais, basicamente aqui foram 2 casos de crédito que estavam 100% profissionais no Chile e que foram vendidos para o mercado, e isso naturalmente acaba levando o saldo de PDD junto, mas não é que a gente perdeu qualidade na cobertura, ao contrário, a gente perdeu aquilo que, de fato, estava provisionado para os casos específicos.

Quando a gente vai para o atraso curto, a primeira notícia aqui já para entrar direto no ponto, a gente vê um aumento relevante no 15 a 90 de 2 para 3.9 no atraso curto na América Latina. Isso é explicado por um caso específico, caso esse que a gente



vem dando ênfase já há algum tempo. No ano passado, no primeiro, terceiro e quarto tri a gente anunciou que fizemos provisões específicas para este caso, é um caso que está totalmente provisionado na parte *clean*, então não nos traz nenhum tipo de preocupação de impacto no resultado do banco, mas é um caso que está em reestruturação e, portanto, ele entrou em atraso. Possivelmente já ao longo deste trimestre ele deve correr para o atraso acima de 90, se ele for reestruturado até o final do trimestre ele não entra no indicador, senão ele vai aparecer também no atraso acima de 90 no próximo trimestre. Mas a notícia para vocês é que não há nenhum impacto no lucros e perdas do banco e nenhuma preocupação porque o caso está absolutamente provisionado na parte *clean*. Então, essa é a ênfase que eu queria dar aqui, é um caso pontual que é casado com uma estratégia de M&A do passado e que tem garantia de ações de um ativo que nós controlamos, tá.

Quando a gente entra aqui nos demais casos, a pessoa física tem uma redução no 15 a 90, boa notícia, e mais importante ainda é a redução no 15 a 90 da micro, pequena e média empresa saindo de 1.6 para 1.4. Quando a gente olha o atraso longo, sem grandes destaques, o total ligeiramente de lado, a gente vê um efeito ou outro aqui na carteira de micro e pequenas empresas, mas os valores são marginais aqui, de fato, a diferença. Portanto, reforçando como os indicadores de atraso estão vindo numa performance muito positiva.

Só para dar um número para vocês, o atraso na pessoa física, que está ali materializado em 3.6 no over 90, do lado inferior direito, excluindo a carteira flexibilizada, esse atraso está correndo por volta de 2.8, quer dizer, realmente o menor indicador da série para a carteira não flexibilizada. E a carteira flexibilizada é uma carteira que hoje está em R\$40 bilhões, ela chegou no seu pico a ter 53 bi de carteira, já amortizou 13 bi, o que é ótima notícia, seja para margem, seja para inadimplência, é uma carteira que vem amortizando por volta de R\$5 bilhões por trimestre, tá, e vem tendo uma performance melhor do que a gente imaginava e a formação de NPL nominal, seja não atraso curto ou no atraso longo dessa carteira, vem reduzindo nominalmente.

Agora, ainda é uma carteira de R\$40 bilhões, a gente está passando por um cenário aqui de, enfim, alívios e subsídios aqui com Bolsa Família ou com os planos de auxílio do governo em um cenário de que o consumo está bem controlado, em certa medida, então temos que olhar para frente a perspectiva, e é uma carteira que obviamente requer cautela, mas a performance vem vindo de forma positiva e a gente continua acompanhando no dia a dia.

Então, indo para o próximo quadro, despesa não decorrente de juros, algumas mensagens importantes: primeiro, o primeiro trimestre de 2021 traz uma sazonalidade. O que significa isso – principalmente para despesa de pessoal? Como a gente vem provisionando férias ao longo do ano e janeiro e fevereiro tipicamente são os meses em que as pessoas saem de férias, você acaba tendo um benefício por já ter provisionado esse salário de férias durante os períodos anteriores. Então, quando a gente olha na despesa de pessoal, tem esse crescimento de 1.6% no tri, 7% no ano, inclusive abaixo da inflação, mas é importante olhar a despesa



administrativa, que ela cai 2.7% no tri e cai 2% quando a gente olha primeiro semestre de 21 contra primeiro semestre de 20. Então, olhando isoladamente o Brasil, tem o aumento de 1.2 no tri e no ano contra ano, semestre contra semestre, a gente tem um aumento de 0.8%.

Lembrando que inflação medido pelo IPCA nesse período foi de 8.3, o que significa que a gente foi capaz de quase que absorver integralmente a inflação do período e ainda assim não crescer no Brasil. Então, foi um efeito muito positivo. E quando a gente olha já América Latina X-Brasil, aí tem sim o 0.7 no trimestre pior, mas um pouco melhor quando a gente olha o ano contra ano, tem um crescimento relevante de 19.9, basicamente aqui o efeito de desvalorização do real contra as moedas.

É importante dizer que cada um dos países tem sua agenda eficiência, os custos em moeda corrente supercontrolados, o que a gente acaba trazendo para o balanço do banco alguma volatilidade em moeda estrangeira. E o que eu sempre digo é que o nosso balanço para lucros e perdas e em moeda estrangeira é positivo, porque da mesma forma que a desvalorização afeta custo, ela afeta a margem também em moeda estrangeira, o que significa dizer que, no *bottom line*, isso soma para o lucro, mas olhando isoladamente a linha de despesas ele aparece subindo aqui na região.

Então, o quê que a gente faz para abrir aqui o destaque de custos? Então, a gente parte do *base line* do primeiro semestre de 2020, R\$24.2 bilhões, a gente tira América Latina, R\$3.4 bi, então a gente chega no que seria o custo do primeiro semestre de 2020 no Brasil, 20.8. Então, a pergunta que sempre me fazem é: “Milton, vocês estão reduzindo o custo e, entre aspas, hipotecando o futuro do banco deixando de investir naquilo que é relevante ou vocês estão fazendo as 2 coisas?”. A resposta é: as 2 coisas. A gente está investindo de forma muito relevante para o futuro do banco, seja em investimento em tecnologia – que eu vou dar um pouco mais de ênfase daqui a pouco –, sejam investimentos em novos negócios, expansão de vários canais comerciais, expansão de novos negócios. E como é que a gente tem feito isso? A gente tem financiado esse investimento abrindo espaço no custo core, vai, no custo principal do banco.

Então, como é que a gente representa isso nesse gráfico de *waterfall* aqui? Então, a gente sai de 20.8 no Brasil, tira o que foi investimento em tecnologia, foi R\$400 milhões, a gente vai somando na barra, depois de investimento em novos negócios representou um delta no semestre aqui em relação ao primeiro de 2020 de 200 milhões, aí a gente chega em 21.5 bi. O programa de eficiência que a gente já vem falando aqui há pelo menos uns 2 anos, em que a gente deu muito foco e muita ênfase no programa de eficiência, tem trazido resultados importantes, então vejam que a gente, só na avaliação do semestre, traz 800 milhões de benefícios do programa eficiência e, por outro lado, a gente tem aqui 400 milhões no volume transacional. Esses 400 milhões, é importante, ele é volumetria, então eu diria que ele tem um componente de colesterol bom porque mais volumetria, ok, mais custo, significa que os negócios estão crescendo, o cuidado que a gente tem aqui sempre, como é preço versus quantidade, é garantir que o preço unitário de cada um dos serviços está sendo reduzido ou pelo menos subindo menos do que a inflação.



Então, essa é a nossa gestão, gestão focada no preço unitário, e o que vem por volumetria é boa notícia na medida em que é a performance do negócio e isso vai ter impacto no *top line* do banco.

Então, a gente chega em R\$21 bi e, quando a gente volta à América Latina, os 4 bi que eu já comentei, tá. Então, esse é o *breakdown* de custo.

O que eu chamo a atenção é lá em cima, do lado direito, índice de eficiência. No consolidado, a gente vem reduzindo de 46,5 a gente reduziu 2 pontos percentuais, de 46,5 e 200 bps para 44,5%, e no Brasil uma redução relevante chegando em 42.7. E aqui de novo é a nossa agenda, quando a gente fala de eficiência, a gente não está falando de custo, a gente está falando de custo e de crescimento de *top line*. O nosso mantra que eu tenho falado para vocês é crescimento. Esse é o nosso grande foco e a agenda de eficiência ela vem justamente para financiar todo o investimento que o banco tem feito para crescer e para ampliar o valor da sua franquia no tempo.

Próximo slide. Aqui eu vou falar sobre modernização da tecnologia. Se vocês olharem, a nomenclatura é um pouco diferente. Por quê? Superimportante aqui, no fundo, quando a gente fala de migrar para *cloud* ou de ir para *cloud*, este não é um fim em si mesmo, porque, fosse isso, seria muito simples, simplesmente fazer um *copy & paste* dos códigos de todos os nossos sistemas legado e transferir para *cloud*, a gente possivelmente ia estar rodando num volume de *cloud* muito maior, mas sem nenhum dos benefícios que a *cloud* traz. Então, a nossa estratégia aqui – inclusive, só para dar uma informação –, quer dizer, os nossos canais digitais hoje rodam 88% em *cloud*. Mas não é essa a estratégia. A estratégia qual é? A estratégia inicial é modernizar as plataformas, então sair de uma base de sistema legado monolítico em que você tem grandes emblocamentos e transformar isso numa arquitetura componentizada, com microsserviços que vai trazer muito mais flexibilidade e *time-to-market* e muito mais adaptável à nova realidade, tá.

Isso também tem feito com que a gente olhe para soluções de tecnologia a chame várias das plataformas de “produto”. O produto para nós hoje em dia num banco não é mais só o crédito pessoal ou cartão de crédito ou o capital de giro. No fundo, produto para a gente também passa por tecnologia. Então, eu tenho uma plataforma de reconhecimento facial, de biometria facial, ela tem que ser reutilizada para os vários negócios do banco. Então, a gente sai daquela lógica de que todos querem ter 100% do serviço desenvolvido em cada um dos negócios para uma lógica de reuso, que é fundamental para que a gente crie os nossos diferenciais e quais são as plataformas transversais em que eu posso me valer da escala e do reuso para ganhar muito mais velocidade para os negócios na gestão das suas atividades, tá. Isso vai fazer com que a gente tenha maior frequência de entregas, isso é medido e a gente tem indicadores para cada um desses itens, vários indicadores, desde horas para o BCP, que são horas por códigos desenvolvido, tempo de entregas e *releases*, qual a quantidade de *releases* que a gente tem feito, quanto tempo demora da ideia até o código entrar em produção. Enfim, a gente mede isso em todos as nossas jornadas e plataformas. E também essa plataforma modernizada vai permitir com



que a gente tenha uma infraestrutura de dados construída de uma forma muito mais moderna, centralizada num grande banco de dados, com qualidade e que os diversos negócios do banco podem consumir aquela informação muito mais tempestividade e qualidade para a tomada de decisão, e melhorando, naturalmente, a experiência dos clientes.

Traduzindo isso aqui em alguns números, só vocês terem uma ideia da magnitude dessas mudanças, a gente aumentou 6.700, foi a maior média de mudanças que a gente fez por mês no primeiro semestre. Isso significa a quantidade de códigos em produção, 6.700. Então, é muita mudança acontecendo, isso só é possível quando a gente tem uma plataforma modernizada, é um aumento de 150% quando a gente se compara com o primeiro semestre de 20, e o nosso objetivo aqui de até 2022 com 50% das nossas plataformas modernizadas, a gente está falando de levar de 3.800 serviços para *cloud*. Então, a lógica é: moderniza e vai para *cloud*, tá. E aquilo que a gente está construindo do zero, que são novos negócios e novos produtos, a gente já parte em *cloud*, é o caso do Pix, que nasceu 100% em *cloud*, ali embaixo eu trago outros exemplos, o ITI já nasceu 100%, é nativo em *cloud*, o Íon também nativo em *cloud*, o cartão Samsung, Credicard On. Então, a gente consegue, para o que é fluxo, já ir fazendo e construindo plataformas modernas em *cloud* e o legado a gente vai trabalhando dessa forma.

E o modelo de trabalho é fundamental nessa jornada, a gente bateu agora 50% das áreas elegíveis já operando em comunidade, a gente está falando aqui de mais ou menos 10 mil pessoas trabalhando em comunidade e a nossa expectativa é ter 21 mil pessoas trabalhando nas comunidades no ano que vem, por volta de 48 comunidades, são 2.000 e *squads*, hoje a gente roda com 984 *squads*, então, de fato, a gente está fazendo uma revolução no método e no modelo de trabalho, e não é simplesmente agrupar as pessoas em volta de uma mesa, mas tem muita metodologia, incentivo, as plataformas têm que estar modernizadas, o modelo de trabalho muda completamente, o perfil das lideranças também acaba mudando muitas vezes, tem um trabalho de capacitação e treinamento muito forte sendo feito para as nossas equipes e um acompanhamento centralizado da evolução dessas comunidades.

E, por último, eu queria só dar ênfase ao Pix, que nasceu 100% em *cloud*. A gente tem observado, entre pagamentos e recebimentos, o *market share* por volta de 20% do volume, aqui em volumes transacionados através do Pix, disponibilidade altíssima, 99.8 de disponibilidade, e a gente tem visto um crescimento aqui de 15% mensal no volume de transações. Então, o Pix é uma realidade, sobretudo, para pessoa física, houve uma migração massiva aqui de TED e DOC para o Pix e nós fizemos isso proativamente para os nossos clientes não só levando uma ótima experiência como atendendo, no melhor interesse dos clientes, o que faz mais sentido, e o nosso *market share* é reflexo disso, né, a gente realmente tem conseguido penetrar com muita qualidade no Pix.

Falando de capital, a notícia é positiva no trimestre, então basicamente... primeiro, eu coloco aqui cisão parcial da XP para dar uma ênfase de que não há impacto no



capital essa cisão parcial que está sendo feita agora e que foi aprovada e homologada aqui dia 31 de maio foi aprovado pelo FED e 26 de julho agora homologado pelo Banco Central, então não traz maiores efeitos em capital porque ele já estava acima dos limites de dedução o investimento que a gente tem na XP, o que faz a gente ficar mais próximo do limite, mas não traz um benefício objetivo de capital.

O lucro do trimestre teve um aumento aqui, ele traz 0.4% para o índice de capital já com 25% de dividendos provisionados, o ajuste prudencial basicamente aqui é o efeito cambial, que a gente observou a no trimestre a redução do dólar real, isso traz os efeitos através dos créditos tributários por diferença temporal do investimento no exterior, que são ponderados a 300%, então traz um benefício natural em capital, e teve o capital complementar, aqui é efeito da variação cambial também, que acaba caindo 0.1% no trimestre. Então, a gente chega a 13,5, que é praticamente o nível do apetite. Lembrando que o nosso apetite é 12% de CETI e 13,5 de capital total, a gente atingiu 11.9 CETI, naturalmente, muito em função da variação da moeda estrangeira e dos maiores resultados do banco. Então o capital a gente vem acompanhando aí ao longo dos trimestres.

Aqui o objetivo desse quadro é que, como o ano de 2020 foi um ano completamente atípico, a gente perde um pouco a referência, né, e eu fiz esses comentários durante a minha apresentação aqui quando eu faço a comparação do ano contra ano, aqueles percentuais muito elevados. O que eu queria trazer para vocês é como é que está a performance do banco no primeiro semestre de 21 quando comparada ao que foi a nossa performance num ano que teve resultados muito sólidos do Itaú Unibanco no primeiro semestre de 19. Então, notícias positivas aqui: produto bancário a gente está rodando já num patamar superior ao que foi o primeiro semestre de 19, lembrando que tivemos alguns meses contrários relevantes, o primeiro deles foi o *cap* na taxa de juros do cheque especial, teve um impacto muito importante nesse período, e o segundo foi a redução da taxa de juros que afetou basicamente 3 linhas de negócios: a remuneração do capital de giro, remuneração dos passivos e também teve um efeito no resultado do *overhedge*, que vem em *phase-out* na medida que a legislação mudou, a assimetria fiscal acabou, então na virada deste ano a gente deixa de tem um *overhedge* como uma linha de resultado.

A despesa não decorrente de juros a gente vem praticamente de lado, com 24.8 bi para 25 bi, lembrando que teve uma inflação ajustada nesse período de 12.4 no período, então, de novo, reforçando o meu ponto de que a nossa agenda de eficiência tem tido resultados incríveis e a gente vem conseguindo absorver todo o efeito da inflação no período. O índice de eficiência melhorando aqui quase 200 *basis points*, 2 pontos percentuais, que é ótima notícia – lembrando que quanto menor, melhor o índice de eficiência –, e o resultado antes de impostos comparado aqui cresce 22.3 bi contra 21, não é verdade no lucro líquido, e aí a questão toda é a alíquota efetiva de imposto, que a gente está num ano que com uma alíquota efetiva maior do que foi 2019, mas o importante é mostrar o *core* do resultado, o LAIR gerado pela nossa operação, a gente está vindo com uma performance melhor do



que foi 2019 e, eu coloco aqui, com um potencial de crescimento, ou seja, com perspectivas positivas olhando para frente.

Muito bem, para concluir a minha apresentação e entrar aqui na sessão de perguntas, eu queria falar um pouco sobre o *guidance*, então tem algumas informações que eu acho que são relevantes dividir com vocês. Só fazendo um pouco de arqueologia, bem rápido, a gente entrou esse ano um *guidance* em que a gente tinha dúvida inclusive se deveria soltar um *guidance* no início do ano por conta do recrudescimento da pandemia, mas, ainda assim, a gente decidiu soltar o *guidance*. Logo no início, a gente veio aqui para mostrar que se a situação de crise/pandemia mudasse nos próximos trimestres, a gente poderia rever ou até cancelar o *guidance*. A gente manteve o *guidance* no primeiro trimestre e agora a gente está fazendo algumas alterações, tá.

Quais são os principais mensagens? Primeiro, a gente tem observado, sim, um crescimento de carteira mais forte, seja no semestre, seja nas perspectivas do que a gente vem produzindo principalmente nos últimos meses, então a gente vê uma perspectiva positiva para o crescimento da carteira, tá, então a gente está revisando, no consolidado, no que era entre 5,5 e 9,5 para um crescimento entre 8,5 e 11,5, e no Brasil o que era um crescimento de 8,5 e 12,5, a gente está revisando para um crescimento entre 12,5 e 15,5. Vocês estão vendo, inclusive, que a gente está inclusive estreitando aqui para 3 pontos percentuais o *range* do *guidance*.

Aí a próxima pergunta que vem, “poxa, mas vocês fizeram uma revisão de crescimento de carteira e a margem com clientes vocês mantiveram. Qual é a mensagem?”. A mensagem é a seguinte: primeiro, no ano passado a gente cresceu muito mix de atacado em detrimento do varejo, esse ano a gente vem acelerando o varejo no primeiro semestre ainda mais concentrado nas carteiras garantidas, o que tem impacto positivo na carteira, mas na margem é um feito menos positivo do que se fossem as carteiras *clean*, então tem essa questão do mix. A gente já vem acelerando a carteira *clean*, como vocês puderam observar, e as perspectivas são positivas para o segundo semestre, mas a mensagem mais importante é a seguinte: o *range* entre 3 e 7 comportava o que a gente estava observando de *guidance* quando a gente fez o *guidance* no início do ano. Com esse crescimento de carteira, a gente vê, naturalmente, um deslocamento dentro do *range*, por isso a gente não está mudando o *range*, mas o que eu posso dizer é que a gente está se aproximando muito mais ao topo do *guidance* do que onde a gente vinha vendo pelas nossas projeções ou pelo *guidance* original contratado.

Então, eu podia ter vindo aqui e feito uma alteração cosmética aqui para dizer que alteramos também, mas como no final do dia a gente viu que cabia ainda dentro do *range*, eu achei melhor sinalizar a geografia dentro do *range* do que simplesmente fazer uma alteração cosmética aqui para sinalizar que a gente está vendo margens crescente, sem sombra de dúvida.

As perspectivas para o próximo semestre são muito positivas para a margem com clientes e, de novo, a gente começa a ver uma aceleração na carteira *clean* também,



o que deve ser um componente positivo para a margem, e isso a gente deve ver para os trimestres que vêm pela frente.

Margem com mercado, eu acho que a própria performance que a gente teve nos 2 primeiros tris fez com que naturalmente a gente revisasse o *guidance*. Então, vocês veem um aumento no consolidado de 4.9 para 6,5 bi e no topo da faixa de 6.4 para 8 bi e no Brasil de 3.3 para 3.9 e 4.8 para 5.4. Margem com mercado sempre tem uma dificuldade razoável de prever o futuro dado as incertezas, posicionamentos, posições, enfim, cenário de maior volatilidade. A gente teve 2 trimestres muito fortes, é verdade que a gente está projetando 2 trimestres talvez mais próximos do que é o nosso batidão histórico, podendo surpreender positivamente se a gente conseguir ter um bom desempenho nos próximos 2 tris, assim como a gente teve nos primeiros 2, mas isso é muito difícil de projetar, por isso a gente fez esse ajuste aqui na margem com o mercado.

Custo do crédito, 2 informações relevantes: além da redução do *range* de 21.3 e 24.3 no consolidado para 19 e 22, no Brasil a gente reduz de 19 e 22 para 17 e 20. Então, a pergunta que eu faria naturalmente é: “legal, quanto é que vocês estão imaginando consumir das provisões que foram feitas no ano passado para o Covid?”, e a resposta é que, para este *range* que a gente está colocando aqui, não há expectativa de consumo dessas provisões que foram feitas no ano passado, o que redobra aqui, reforça a notícia de notícia positiva para o custo do crédito porque a gente consegue ver uma melhoria no custo do crédito independentemente de qualquer consumo das provisões que foram feitas para Covid. isso se deve ao fato de que a carteira X-flexibilizada está vindo com uma performance de crédito muito boa, como eu mostrei para vocês, e a carteira Covid ainda requer atenção, são R\$40 bilhões, não é pouca coisa, então a gente deve acompanhar a evolução disso nos próximos tris. Mas antecipando que a nossa expectativa é de não consumir, de novo, as provisões feitas para o Covid em 2021, inclusive porque a gente está vendo uma dinâmica muito forte de crescimento das carteiras e a gente quer acompanhar a evolução disso para custo de crédito, principalmente em 2022 de 2023, tá. Então, essa é a mensagem que eu queria passar para o custo do crédito.

Receita de prestação de serviços e seguros, a gente mantém. Lembrando que nesse *guidance* aqui a gente está considerando no *guidance* original era um mês de XP, 11 meses sem XP, a gente acabou tendo 5 meses de resultado da XP, portanto, dentro do *guidance* a gente deve avançar nas faixas, mas a gente achou que ainda cabia dentro das faixas, por isso a gente manteve.

Despesa não decorrente de juros, vocês estão vendo o quê que tem sido a performance, então o *guidance* comporta a nossa melhor expectativa, e alíquota efetiva de imposto a gente consegue ver aqui basicamente um *guidance* mantido. Lembrando que no tri passado a gente teve um aumento na alíquota efetiva de imposto por conta de um *impairment* que a gente fez em alguns créditos tributários em unidades externas, que nesse tri já não aconteceu, então a gente já vê uma redução na alíquota efetiva de imposto e, olhando nos trimestres que vêm pela



frente, a gente vê uma alíquota efetiva mais parecida com a do segundo tri do que com a do primeiro tri que teve esse evento pontual.

E eu finalizo fazendo um comentário aqui, não sei se é uma pergunta que virá, mas eu acho importante, neste trimestre nós fizemos a reavaliação dos créditos tributários em função do aumento da alíquota que a gente vai observar no segundo semestre. Lembrando que imposto de renda mais contribuição social que vinha em 45% teve um aumento para 50%, então, para ser coerente com as nossas práticas, usos e costumes, a gente fez essa reavaliação do crédito tributário e lançou como resultado não recorrente. Então, se vocês olharem o lucro líquido contábil do banco foi de R\$7,5 bi, só a reavaliação dos créditos tributários 1,5 bi aproximadamente. Por quê? Porque daqui para frente a gente paga esse imposto mais alto e este delta contra a alíquota base também vai ser lançado no recorrente nos próximos semestres.

Então, a mensagem que eu queria passar para vocês é que, da mesma forma como quando a gente reavaliou os créditos tributários para cima e teve efeitos não recorrentes, a gente sempre lançou no não recorrente, então, por coerência, a gente entendeu que não faria sentido lançar no resultado *core*, inflacionaria o meu lucro do trimestre, o lucro contábil para dividendo é o 7,5 bi, mas, na nossa visão, por coerência e transparência aqui com os investidores, a gente está lançando como não recorrente porque, de fato, é não recorrente.

E, com isso, eu encerro aqui a apresentação e abro para perguntas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digite *1. Pedimos gentilmente que os participantes se limitem a 2 questões. Para retirar a pergunta da lista, digite *2.

A nossa primeira pergunta vem do senhor Gustavo Cherobin, do Bradesco BBI.

Gustavo Cherobin: Bom dia. Bom dia, Milton, Broedel, Renato, Gustavo, obrigado pela oportunidade e parabéns pelo pelos resultados.

Eu gostaria de fazer 2 perguntas, a primeira delas eu queria insistir aqui e explorar um pouco mais, Milton, na questão da margem com o cliente, né. Você já fez alguns comentários, mas eu queria passar um pouco como... é que fica um pouco de dúvida aqui ainda porque uma vez que você desloca o seu crescimento de carteira – e principalmente em Brasil foi um deslocamento relevante – e você mantém a margem com o cliente no mesmo *range*, passa, pelo menos para a gente que tem obviamente uma limitação de informação, mas passa para a gente uma pressão na NIM com o cliente, certo. E aí eu queria entender se é nessa linha mesmo dessa pressão com a NIM com cliente e se isso aqui seria porque você vê *spread* por produto ainda pressionado ou se o mix que você está adotando talvez não seja um



mix tão favorável assim? Porque, olhando dessa maneira, me passa a impressão de NIM com cliente estaria, vamos dizer assim, pressionado aqui dessa maneira.

Então, eu vou entender um pouco melhor essa dinâmica em relação a *spread* e mix que você está trabalhando para ter mantido essa, vamos dizer assim, para não ter tido esse deslocamento mesmo que seja um pouco num patamar menor, mas para não ter esse deslocamento na margem com o cliente.

A minha segunda pergunta seria referente ao varejo 2030. Achei bem interessante as informações que vocês trouxeram, é mais o que você conseguir dividir com a gente, porque você coloca uma informação interessante que parte relevante do valor vai ser capturado agora no curto e médio prazos, né. Eu queria entender o que você está dizendo assim, o que a gente pode observar? Isso aqui seria em crédito, seria em serviços ou nos 2? O seria esse valor capturado no curto e médio prazo em termos de ROE, enfim, como é que a gente consegue acompanhar isso ou como que vocês vão mostrar isso para a gente, se isso for possível, né? Obrigado.

Milton Maluhy: Tá joia, Gustavo, obrigado você pelas perguntas.

Começando pela margem com o cliente, aqui é o seguinte, como eu comentei anteriormente, a gente vem crescendo com o mix, ano passado tem uma inércia, né, é natural, é uma carteira muito mais de atacado, com uma carteira de varejo que cresceu muito menos, então teve uma desaceleração na produção muito forte ao longo do ano passado, então a gente vinha produzindo um *share* que eu diria que era quase metade da nossa produção original aqui, principalmente nos produtos *clean*. E teve obviamente, com esse aumento da poupança interna, uma redução natural aqui das linhas rotativas, isso a gente viu muito em cartão de crédito e no cheque especial.

A gente começou a acelerar já no ano passado, no final do ano passado as carteiras garantidas, principalmente crédito imobiliário, mas o grosso da aceleração se deu esse ano. Então, qual é notícia? Ano passado teve muito atacado, menos varejo e, dentro do varejo, um mix não favorável para a margem principalmente, inclusive porque o plano de travessia que foi feito com muita ênfase para aqueles R\$53 bi de carteira que foram flexibilizados acabou trazendo uma margem muito mais baixa porque, por definição, *by design*, as linhas foram constituídas e foram construídas com *spreads* muito menores, tá, então esta migração de produtos rotativos para as linhas de travessia tiveram um impacto bem negativo na margem, como você observou no ano passado, a gente teve vários trimestres de redução.

Neste tri que passou, no primeiro tri, a gente já viu uma certa estabilidade na margem, o que foi boa notícia, e a gente começa a fazer a inflexão, tá. Agora, a gente só tem mais 2 trimestres pela frente e, portanto, tudo isso que a gente vem trazendo de carteira de garantidos e esta produção de carteira *clean* que começa a acelerar no final deste trimestre com perspectivas positivas para o segundo semestre devem trazer mais impacto na margem no tempo, tá. Então, para este *guidance* deste ano, nesta visão 12 meses, o que a gente está acelerando nas



carteiras não será suficiente para a gente sair aparentemente do *range* que foi pré-definido, mas tem uma movimentação relevante dentro do *range* do que a gente via originalmente para o que a gente está imaginando agora. Então, a margem vai, sim, avançar nos próximos 2 trimestres, a questão do *spread* eu acho que, assim, apesar de um mercado muito competitivo, eu acho que o mercado de uma certa forma vai recompor os *spreads*, principalmente para essas linhas garantidas muito em função do aumento de taxas de longo prazo, e nas carteiras *clean* a gente não tem visto uma pressão, uma redução relevante nos *spreads*. Mais competitividade é verdade, o mercado bem competitivo.

Então, eu não tenho aqui uma preocupação específica com os *spreads*. Acho que sim, vai ter mais pressão, mas nada que seja muito material. O que eu vejo é que o nosso mix, ainda por seu mix muito garantido, não busca e não recupera margem na velocidade que a gente gostaria, mas a margem vai andar, vai crescer ainda dentro do *range*. Eu vejo com bons olhos e boas perspectivas a margem para os próximos 2 trimestres, tá.

Milton Maluhy: Tudo bem? Vou para a segunda pergunta agora.

Gustavo Cherobin: Tá ótimo, perfeito.

Milton Maluhy: Para a parte do varejo 2030, aqui é o seguinte, a gente vem trabalhando nesse projeto, na conceituação dele já há bastante e a execução propriamente dita está se dando esse ano, tá. Então, a gente sempre olhava o varejo de 2 formas: o resultado inercial, que é, se eu não fizer nada, com tudo o que tem de vento contra possível, o que pode acontecer com as nossas margens no tempo; e se a gente reposicionar com uma ambição de crescer, crescendo os clientes que a gente já está e, basicamente, mais do que tudo, crescer trazendo novos clientes, é o que consegue, de fato, fazer com que o resultado do e-varejo venha no tempo, tá.

Então, se você me perguntar assim “quais são as alavancas?”, a alavanca passa por *top line*, obviamente, e aqui eu falo de crédito, falo de serviços, falo de seguros, falo de penetração de outros produtos em que a gente tem uma penetração menor no varejo, falo de toda a gestão de crédito, quer dizer, crescer com muita qualidade, isso aqui é o mais importante, então crescimento de carteira com qualidade, e faço uma mudança grande aqui no reposicionamento e no modelo de atendimento dos clientes trazendo muito mais qualidade e melhorando a experiência, e o que a gente traz como alavanca é o digital, como você pode observar aqui. Na medida em que a gente consegue digitalizar cada vez mais os nossos produtos, a nossa experiência, a experiência do cliente e consegue trabalhar com esses conceitos de omnicanalidade, atender o cliente do mundo físico de forma digital, o cara do digital também dar um atendimento no físico se assim ele desejar e aumentando a completude dos nossos apps e dos serviços digitais, a gente vê aqui uma evolução.

Eu ainda não estou e a nossa ideia não é dar um *guidance* de quanto a gente espera melhorar ou trazer de resultado no tempo, como eu falei, a gente está num



processo de execução muito, muito forte, mobilização é gigante, imagina que o varejo nesse momento está produzindo o que você está vendo de carteira, está fazendo a implementação desse projeto, que é supercomplexo, a gente está avançando para as comunidades no banco de varejo, é algo que está acontecendo agora com mais ênfase no segundo semestre, então são *many moving parts* ao mesmo tempo, então eu não quero antecipar e dar qualquer tipo de *guidance* ainda sobre a expectativa de resultado.

A questão é que, obviamente, se a gente está reposicionando é para sair do inercial e crescer resultado, não perder resultado no tempo. Então, tem uma substituição de algumas linhas, mas eu vou poder dar mais detalhes para vocês mais para frente na medida que a execução vai terminando, tá, e aí obviamente a gente vai atualizando vocês e sinalizando um pouco mais que expectativa a gente tem sobre o projeto, porque ele perpassa aqui todos os segmentos do varejo, tá, então não tem uma bala de prata, são mais de mil iniciativas que estão sendo acompanhadas uma a uma com escritórios de projetos centralizados, enfim, então um projeto de grande complexidade.

Gustavo Cherobin: Tá ótimo, Milton, muito obrigado e muito claro. Obrigado.

Milton Maluhy: Tá ótimo, obrigado você, Gustavo.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem do senhor Thiago Batista, do Banco UBS.

Tiago Batista: Bom dia a todos, parabéns pelo resultado.

Eu tenho 2 perguntas. A primeira é em relação à capital/reforma tributária. Vocês têm um *target* de 3,5 Tier I, boa parte disso, eu lembro que nas sessões passadas por causa boa parte do *buffer* por causa do *overhedge* que tem um impacto importante de capital dependendo do câmbio, como a gente viu no ano passado, *overhedge* acabando, então, assim, então potencialmente vocês esperam, imagino eu, operar mais alavancados sem *overhedge*. Por outro lado, pelas minhas contas aqui, a reforma tributária na última versão deveria ocasionar um impacto relevante, uma baixa contábil relevante de DPA de vocês.

Eu queria tentar entender como vocês estão pensando esses 2 pontos: capital mínimo, esses 13,5, se isso pode ser reduzido, se o efeito do impacto da baixa contábil do DPA. Então, colocar esses 2 pontos em contexto.

E a segunda pergunta é em relação ao ITI. Vocês comentaram que já estão com quase 8 milhões de clientes, já dá para falar se vocês atingiram o *breakeven* de RGO ou de resultado dessa operação? E se caso não tenha atingido isso, se vocês têm algum *target* ou de tempo ou de número de clientes para esse operação chegar nesse *breakeven*.



Milton Maluhy: Tá ótimo, Tiago, obrigado pelas perguntas. Vou começar aqui, então, tá. Capital, você está coberto de razão que um componente relevante do *buffer* de 4 pontos percentuais que a gente tem hoje no apetite tem relação direta com todo o efeito das moedas e o *overhedge*, o tamanho das posições que a gente sempre teve. Então, é verdade que, fazendo aqui a transição e acabando com os outros 50% do *overhedge* dessa assimetria, a gente passa a ter um *buffer* que foi constituído, em parte, em função da expectativa de maior volatilidade. A verdade é que a gente acabou passando por uma pandemia no ano passado que ninguém esperava, então estar e ter o *buffer* que a gente tinha foi ótimo, sempre tem um risco de cauda que tem que estar ali contemplado, mas a gente tem os nossos modelos e cenários de stress.

Então, a resposta objetiva para você é, sim, a gente, no limite, tecnicamente, poderia até ter uma discussão sobre redução do apetite. Agora, tem alguns eventos aqui que chamam a atenção, tá: o primeiro deles é que a gente vê aqui um movimento de mercado ainda, enfim, incerto, tem pandemia, o que vem pela frente, retomada, esse é um dos pontos, tem que obviamente terminar esse *run-off* dos 50% do *overhedge*, a gente ainda tem uma posição relevante, sobretudo, não é o não vinculado ao operacional, a gente tem uma posição de *overhedge* ainda muito vinculada ao investimento operacional que o banco tem, que continua variando em função do câmbio. Mas não é só o *overhedge*, né, se a gente lembrar, quer dizer, toda a desvalorização cambial tem pressão nos nossos fatores de [inaudível – falha no áudio] basicamente pela carteira em moeda estrangeira que a gente tem nesses países, então traz naturalmente aqui um efeito de desvalorização cambial, e a gente também tem uma carteira indexada à moeda estrangeira nos livros do Brasil e também na parte de derivativos, né, quer dizer, a gente acaba tendo o risco de contraparte aumentando quando tem um efeito de desvalorização.

Então, o crédito tributário, sinceramente, ele é um impacto, mas ele é o menor dos problemas hoje. Basicamente, o maior risco é o RWA das carteiras que andam junto com o câmbio, tá. Então, isso é algo que não está resolvido, é algo que a gente estruturalmente continua tendo no balanço, a gente vem olhando o quê que são as melhores práticas internacionais, se tem aqui a prerrogativa de a gente poder fazer o *hedge* do capital, mas hoje, da forma como a norma no Brasil está estipulada, isso me traz e acaba consumindo capital via pecan porque a gente vai acabar ficando posicionado, embora *hedgiado*, e isso traz um consumo de capital até maior do que se eu não fizesse, então tem discussões com regulador para que a gente se alinhe a práticas internacionais porque estruturalmente a gente é vendido em câmbio para fins de capital e o que a gente quer é diminuir e mitigar isso com muita ênfase.

E o segundo ponto é que reduzir aqui a gente sempre olha o primeiro *benchmarks* internacionais de níveis de capital, a gente olha os *buffers* de todos os bancos no mundo, os mais relevantes, naturalmente, e o cenário de stress de cada um dos bancos para comparar com o nosso, né, e eu diria que, além desses pontos que são técnicos, que são decisões nossas, a gente nunca pode perder de vista as agências de *rating* que também olham para o nosso nível de capital, têm lá a sua própria regra e como eles mensuram o capital. Então, no fundo, as agências olham muito menos



para a declaração do apetite, mas pelo capital efetivo que a gente carrega no tempo, tá. Então, a gente sempre tem que ter um cuidado aqui também quando for mexer no apetite para cuidar, porque não é do nosso interesse ter um *downgrade* nas nossas dívidas externas, inclusive porque o banco é um *frequent issuer* aqui, seja de dívidas subordinada à dívida *sênior*, inclusive perpétuas, então aqui um olhar para o *rating* é fundamental, é algo que a gente sempre tem no radar.

Então, estamos estudando, não tem nenhuma definição, é algo dinâmico isso desde que a gente definiu o apetite, todo mês a gente revisita o assunto, a gente leva no Comitê de Gestão de Risco de Capital do Conselho, olha as métricas, olha custo de capital, não tem nenhuma mudança para o curto prazo, mas é algo que a gente continue estudando. Então, essa é a parte aqui de capital.

Reforma tributária, eu te falo 2 coisas aqui: os nossos créditos tributários, naturalmente, se a gente tivesse que fazer um *impairment* com a reforma da forma como ela está sendo discutida, sim, a gente teria um impacto em capital e uma captura de benefício no tempo com menor imposto de renda, tá, mas na cabeça, à vista, a gente teria um impacto em capital.

Uma das coisas que a gente tem discutido, inclusive com o regulador, e a gente tem dado muita ênfase, é que a gente acredita muito no modelo de transição. Dado que esse capital é ele não é caixa, quer dizer, são ativos e crédito tributário, o que a gente tem discutido com regulador – e acho super importante, enfim, que o relator, enfim, que o mercado tenha presença – é como é que a gente consegue criar uma transição para esta questão específica do ponto de vista de capital, e como você captura benefícios no tempo, é possível que a gente crie mecanismos para que este capital – e é isso que a gente tem discutido, não tem absolutamente nenhuma decisão tomada, mas é nessa direção que a gente vem conversando – para que este mecanismo de redução do capital aconteça no tempo, porque os benefícios virão no tempo. Isso pressupõe que o banco vai ter resultado nos próximos anos, quer dizer, não fosse isso eu não teria o estoque de crédito tributário que a gente tem, porque para eu manter esse estoque eu preciso fazer o exercício de lucratividade no tempo.

Então, a nossa melhor hipótese aqui, de novo, não estou antecipando nada, isso não está decidido, é que a gente deve encontrar um mecanismo de transição de consumo exclusivo de capital no tempo, embora um *impairment* tem que ser feito e, mais uma vez, será feito se tiver que ser feito contabilmente, a outra coisa como é que a gente trata para fins de capital.

Te dando grandes números aqui, a nossa ideia é que a indústria como um todo, pegando os 6 principais bancos, podem ter um efeito líquido em capital de algo como R\$50 bi se, de fato, todos fizerem os seus *impairments* na proporção de capital que cada banco tem em relação ao seu patrimônio com efeitos diferentes nos índices, tá. Então, para nós também tem um impacto, obviamente, mas a gente acredita mesmo que a gente vai encontrar um mecanismo de transição para que



esse impacto não seja na cabeça, mas venha no tempo junto com os benefícios de capital que a gente vai ter também.

Tiago Batista: Posso fazer um *follow-up* aqui, Milton?

Milton Maluhy: Oi?

Tiago Batista: Posso fazer um *follow-up*?

Milton Maluhy: Pode, lógico!

Tiago Batista: A ideia aqui, então, seria provavelmente você fazer a baixa contábil no balanço, mas não deduzir toda essa baixa do seu capital, se aprovado pelo regulador e etc., mas a ideia seria alguma coisa nesse sentido?

Milton Maluhy: É, no fundo é assim, quer dizer, tem as regras de Basileia, a forma de cálculo de capital, então artificialidades não virão sem uma regra clara de como eu ativo possivelmente esse delta imposto que eu teria que fazer um *impairment* na cabeça, tá.

Então, o Banco Central, quem tem o plano de contas, COSIF e tudo mais, vai definir naturalmente como é que a gente deveria tratar esses créditos tributários numa eventualidade e olhando naturalmente para os fatores de ponderação e para as questões de capital. Então, eu não sei te dizer exatamente qual vai ser a solução. Posso te dar aqui meia dúzia de alternativas, mas o ponto só é assim: qualquer que seja a decisão ou a estrutura é no sentido de mitigar, e você está correto, é ter um impacto possivelmente no contábil, mas que tenha um mitigante em capital no tempo, tá. é isso que está sendo discutido. Agora, o regulador obviamente é soberano e está estudando dentro das regras o que pode ser feito, mas acho possível que a gente encontre uma solução mitigando os efeitos de capital, o que faz muita lógica porque esse é um capital não caixa, né, ele é um capital crédito tributário, então, como os benefícios vêm no tempo, por que não diferir os efeitos em capital?

Tiago Batista: Perfeito.

Milton Maluhy: Tá bom? Obrigado, Tiago.

Obrigado pela primeira pergunta. A segunda pergunta, o ITI. A resposta é: não está em *breakeven* ainda, a gente está numa fase de avanço no investimento, inclusive por essa conquista e volume de clientes que a gente tem trazido isso tem impacto negativo no PNL, então esses resultados que vocês estão vendo do banco é considerando um efeito negativo que o ITI traz na medida que você cresce base, cresce número de clientes, tem o custo de aquisição, tem o custo de ativação, custo de marketing, custo do próprio desenvolvimento da plataforma.



Eu não diria que tem um número mágico de clientes em que a plataforma vira *breakeven*, para mim tem muito mais a ver com a completude da oferta do que com a quantidade de clientes. O que vai estruturalmente mudar o resultado do ITI no tempo é o crédito, tá, seja o cartão de crédito, crédito pessoal, essa é a alavanca porque sem anuidade, como volume transacionado, intercâmbio, o que vai, de fato, te gerar resultados são os outros produtos que você pode trazer na plataforma, crédito é a principal alavanca.

A gente está com cartão de crédito ainda relativamente pequeno, tem muita oportunidade, e o crédito pessoal em beta fazendo testes ainda. Então, só quando a gente tiver em velocidade cruzeiro eu diria aqui de concessão de crédito, entendendo o perfil do cliente, modelagem e tudo mais é quando a gente, de fato, deve ver um *ramp-up* nos resultados do ITI e, portanto, chegando a *breakeven*. Eu estimo que, assim, pelo menos mais uns 2 anos até a gente chegar a *breakeven* dependendo de como a gente avança aqui na completude da oferta.

Tiago Batista: A nossa próxima pergunta será do senhor Jorg Friedemann, do Citibank

Jorg Friedemann: Muito obrigado pela oportunidade, bom dia a todos. Parabéns pelos resultados.

Eu também tenho as 2 perguntas. A primeira delas, Milton, você tem sido um dos protagonistas em levantar o ponto da assimetria regulatória, a gente sabe que uma consulta pública ela foi recentemente concluída com vistas a endereçar esse tema, inclusive classificando Fintechs que são detidas por empresas de pagamento de diferentes formas e visando ajustar alguns requerimentos de capital de acordo com TPV, né, está se falando em 2 a 4,5% dependendo de como é a classificação dessa empresa.

Eu queria saber se você pode comentar um pouco sobre como você está vendo o avanço dessa agenda e para quando a gente deve esperar alguma novidade regulatória. Essa é a primeira pergunta.

A segunda pergunta, eu estava olhando aqui no MD&A de vocês para tentar pegar um pouquinho mais de informação sobre a folha de pagamentos que vocês compraram em Minas Gerais e traçar alguns paralelos, né. Vocês acho que pagaram 2,400 bi pelos 618 mil servidores de Minas, que daria algo em torno aí, se a gente fosse converter para dólar, US\$150 por cliente por um período de 5 anos, e, assim, a gente está vendo ao mesmo tempo várias transações nos meios digitais que vão atestar o *time value* do cliente em torno de US\$750, exatamente esse valor, até US\$1,000. Se você puder falar um pouquinho associando ao tema de ITI que você acabou de falar de como vê o *breakeven*, como que vocês vêm a monetização desse cliente? Esse valor de US\$750 mil pode fazer sentido na cabeça de vocês dado que eles partem, claro, de uma capacidade de geração de valor menor, mas também com um custo de servir muito mais baixo? Obrigado.



Milton Maluhy: Tá, Jorg. Vamos lá. Primeiro, falando sobre assimetria, a agenda de assimetria é uma agenda que eu diria constante e ela não tem um capítulo, ela deve ter meia dúzia de capítulos relevantes, eu falo de capital, falo de isenção de tarifas, a gente fala aqui até de ranking de reclamações, quer dizer, então a gente vê aqui diferenças na forma como os rankings são divulgados, enfim, então, tem uma série de assimetrias, né.

A gente acredita mesmo que para o nascedouro de muitas dessas Fintechs é necessário ter aqui uma regra de proporcionalidade muito em função do risco, isso é normal e é natural da competição, a gente entende que é necessário mesmo, o que a gente não concorda é, na medida que você vê *players* relevante, né, atuando e com participações relevantes, com *market caps* muito relevantes naturalmente operando com um nível de assimetria em relação aos incumbentes, né, assim batizados.

Então, o que tem sido o nosso papel? O nosso papel aqui, eu costumo dizer, não é um chororô organizado, é o contrário, é uma discussão técnica, absolutamente na bola em que a gente mostra e dá muita ênfase para onde a gente vê tecnicamente e por que que a simetria deveria existir. A própria criação das instituições de pagamento lá em 2013 teve um papel super-relevante na medida em que você tenha, de fato, uma empresa prestando, de fato, um serviço de instituição de pagamento.

A hora que você começa a ganhar musculatura ou passa a atuar como um banco travestido de instituição de pagamento, você acaba tendo benefícios da norma que são ilógicos, e isso obviamente te permite crescer numa velocidade e com um consumo de capital ínfimo perto do que os bancos grandes, que têm uma estrutura de capital muito mais sólida, precisam ter inclusive para crescer as suas carteiras. Eu estou aqui agora há pouco explicando o índice de capital do banco, se a gente tem que rever ou não tem que rever o nível um ou o apetite, né, ao passo de que essas instituições de pagamento, algumas muito relevantes, acabam tendo um benefício para crescer o capital de forma desproporcional ao que o mercado tem.

Então, tem um lado da competição, que é importante, mas tem um lado da rigidez do sistema também que é importante. O que a gente não quer ver no mercado é uma fragmentação. Vou te dar um exemplo aqui: imagina se, por qualquer razão, a gente decide, então fazer um *spinoff* da nossa operação de pagamentos de cartões, criar uma instituição de pagamento irmã do banco, e, portanto, eu passo a ter uma liberação de capital super-relevante na medida que eu faço isso. Do ponto de vista do regulador, isso deveria ser ilógico, né, dizer “olha, pô, um conglomerado prudencial em que eu consigo ter um olhar do todo com um capital único servindo 100% dos seus negócios começa a ficar fragmentado”, você acaba trazendo um risco para o sistema que, se amanhã ou depois a gente tem um problema com alguma dessas empresas, gera um tamanho desproporcional, e aí você tem um chamado para o sistema como um todo vir para a mesa para *bail out* ou para colocar aí parte do seu capital para resolver a situação e você traz um risco de



contaminação, um risco de corrida e coisa e tal que, assim, a gente realmente não precisa.

Então, você traz alguns benefícios de curto prazo e, se não bem geridos no curto médio prazo, você traz riscos sistêmicos de longo prazo. Essa é a nossa maior preocupação.

Então, como é que a gente vê o regulador? A gente vê o regulador como sempre foi: técnico, com discussões absolutamente na bola, aberto a ouvir as várias visões, e não é só a visão dos incumbentes, a visão das Fintechs, a visão de mercado, isso é o papel do regulador ouvir a todos os participantes e agentes económicos, e claramente tem lá a sua capacidade supertécnica, é uma diretoria muito boa, tecnicamente muito competente que tem capacidade de fazer suas próprias avaliações.

Essa luta pública que a gente vinha falando do aumento ele está longe de resolver o problema de assimetria, aproxima um pouco na medida em que você aumenta um pouco o consumo de capital das instituições de pagamento pelos *ranges* que você já comentou, mas não traz benefícios aqui claros para os S1s, por exemplo. Então, existem discussões na mesa de, aqui é o seguinte, eu não sou da ideia de que tem que ser ruim para todo mundo ou que tem que ser maior para todo mundo, eu sou da ideia de que tem que ser correto.

Então, de duas, uma: ou tem que ter simetria ou você, no limite, tem que dar o benefício, se você acha que o risco é menor, para outros. Então, também um menor consumo de capital é algo esperado se a gente entender que uma linha específica ou que um negócio específico traz menos risco sistêmico. Então, também é uma agenda absolutamente possível. A consulta pública, vamos ver como é que vem a regulação depois disso, acho que os comentários já foram todos feitos, no nosso entendimento, de fato, aumenta um pouco a requisição de capital das EPS, teria que ter algum movimento para os S1s para reduzir em alguns portfólios, sobretudo, de cartões, todo cliente rotativado, concessão de limites, deveria haver, sim, algum avanço nesse sentido para a gente ter uma convergência no tempo para chegar para patamares de capital de consumo muito mais parecidos, ou no limite corrigir acima de um determinado *threshold* quem é relevante já em um determinado mercado ou quem está travestido de instituição de pagamento e, no fundo, tem atividade bancária.

Então, enfim, é um pouco por aí. Eu vejo com um olhar positivo e acredito realmente na técnica do regulador acima de tudo porque, mais do que nós, e nós somos agentes importantes no sistema, eles estão preocupados, além de tudo, com a rigidez do sistema e o risco que isso traz no médio e longo prazo, tá. Então, essa é a parte de assimetria.

Jorg Friedemann: Desculpe te interromper. Assim, até para utilizar este *background* o que você passou, como que, dentro da discussão que existe no momento dos limites de TPV, a Redecard, a Rede, né, estaria aos olhos de vocês, se precisaria de



alguma transferência de capital, algum aporte ou ela está bem capitalizada no momento?

Milton Maluhy: Não, a Rede a gente acaba olhando ela menos como um veículo isolado, mas como um veículo aqui dentro do conglomerado como um todo. Então, tem fases que ela tem bastante capital, tem fases que ela pode ter um pouco menos de capital, mas a gente não antevê nenhum tipo de demanda ou de consumo, os volumes da Rede estão superbem controlados e o nível de capital da Rede é alto, e se houver alguma movimentação no final do dia, como a gente é olhado pelo capital consolidado, é uma mera migração de capital entre veículos, tá, quer dizer, então não tem impacto no capital do banco como um todo, é só uma redistribuição do capital interno.

Jorg Friedemann: Perfeito.

Milton Maluhy: Sobre a folha de Minas que se colocou, eu queria só fazer algumas considerações rápidas, tá: primeiro, a gente olhou e a gente olha o *benchmark* o que foram as últimas licitações que foram feitas e o custo por funcionário nessas licitações, essa saiu até um pouco abaixo do que veio acontecendo no mercado nas últimas licitações, tá. A gente tem toda a nossa modelagem aqui, é um modelo supercomplexo que vai desde a nossa capacidade de penetrar nos clientes, de comprar os créditos, de atrair os clientes, de fato, para o banco quantos dos clientes não virão e serão retidos pelo banco onde ele está hoje, que tipo de produtos a gente pode oferecer, como é que a portabilidade vai funcionar no produto A, produto B, produto C.

Eu acho que a diferença que tem numa folha madura como essa é que é um grupo de servidores de alta renda, então com salário médio alto, perfil *Personnalité* e *Uniclass* na sua grande maioria, então é um cliente que tem um bolso mais profundo e que tem, portanto, uma penetração de produtos financeiros mais amplo do que quando você compara com um cliente tipo do ITI, que é um cliente mais jovem, com uma renda inferior e muitas vezes um cliente que nem tem muitos produtos financeiros. Então, a gente olha essa folha como um cliente muito mais maduro e a nossa capacidade de portar crédito para clientes que já têm hoje uma carteira concedida e estabelecida.

Então, você consegue ir lá para um cliente que já até eu mostrei o saldo do consignado, só o que esses clientes têm em saldo em aberto é o dobro do que a gente tem de carteira de consignado em órgãos públicos hoje em dia, tá. Então, a gente faz o *valuation*, considera naturalmente o valor do pagamento, e a gente viu que os retornos nessa folha estão bem acima do que os retornos mínimos esperados. Então, a gente está bastante confortável com preço, a gente não vai dar *disclosure* aqui de quanto a gente vê de retorno e nem o valor por funcionário por ser uma modelagem muito interna e proprietária, mas a mensagem principal é que o retorno eu posso te dizer que ele é maior do que 40% e, portanto, a gente está bem confortável com o nível de pagamento que foi feito, e a gente vai acompanhar agora porque agora tem o desafio de execução, de abrir as contas desses funcionários, de



migrar esses clientes para cá, e a gente também tem experiência com folhas menores, em que a gente tem participação e que a gente conquistou recentemente, essa é uma folha que já foi nossa um dia, então a gente conhece o potencial e a gente vai olhando por usos e costumes e experiências em casos anteriores para retroalimentar o modelo que a gente faz de *valuation* da folha, tá.

Então, a gente está bastante positivo aqui e com uma expectativa grande. O leilão saiu próximo dos pisos ali, né, de abertura, e a gente está bastante confortável com o nível de preço que foi pago.

Jorg Friedemann: Perfeito. Muito obrigado.

Milton Maluhy: Bom, pessoal...

Operadora: Com licença...

Milton Maluhy: Pode seguir.

Operadora: Com licença, encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra a Milton Maluhy para as considerações finais.

Milton Maluhy: Olha, muito obrigado a todos. Mais um trimestre aqui com bons desafios, a gente termina esse trimestre positivo, felizes em ver que, enfim, a questão da pandemia também está avançando, a gente deve ter um segundo semestre bastante melhor, a vacinação ampliando aqui, crescendo de forma importante, esperamos um tri de maior normalização da atividade, enfim, quem sabe poder virar essa página dessa pandemia tão dura que a gente viveu aí nesses últimos tempos.

Queria agradecer a todos pela disponibilidade, o nosso time de RI está à disposição de vocês qualquer dúvida e espero vê-los em breve. Bom, pessoal, se cuidem, um grande abraço a todos.

Operadora: A reunião do Itaú Unibanco Holding está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom-dia.