



**Local Conference Call  
Itaú Unibanco Holding S/A  
Resultados do 1T21  
4 de maio de 2021**

**Operador:** Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Itaú Unibanco Holding onde será discutido o resultado do primeiro 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, teclie “asterisco zero”. Cabe lembrar que a reunião está sendo gravada e transmitida simultaneamente pelo site de relações com investidores [www.itaub.com.br/relacoes-com-investidores](http://www.itaub.com.br/relacoes-com-investidores). Os slides desta apresentação estão disponíveis no site.

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**, CFO e **Renato Lulia Jacob**, Diretor de Relações com Investidores e Inteligência de Mercado.

Inicialmente o **Sr. Milton Maluhy** apresentará o resultado do primeiro 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. Em primeiro lugar, é um prazer aqui poder participar mais uma vez de uma reunião de resultado com vocês.

Eu vou discorrer aqui sobre as principais mensagens do trimestre e, como a gente sempre faz, deixar um espaço bom para a gente ir para as perguntas e respostas.

Então, eu no começo no slide 2, gostaria de destacar, antes de mais nada, o resultado recorrente no trimestre, que cresceu 18.7% e totalizou R\$6.4 bilhões. Carteira de crédito cresceu 4,2% no trimestre também, e aqui eu trouxe alguns destaques: primeiro destaque para a carteira imobiliária e a carteira de veículos, né, tanto na pessoa física com incremento de 12,1 e 4,5 respectivamente.



Destaque também para a operação voltada ao agronegócio, eu vou detalhar um pouco mais nos próximos slides.

A margem com clientes continuo com uma tendência positiva, eu vou falar mais sobre isso também, o custo do crédito caiu 32% refletindo a qualidade de crédito da nossa carteira, e as despesas não decorrentes de juros caíram 6,6% no período como resultado da nossa eficiência operacional, também vou detalhar mais para frente.

Margem com o mercado foi um resultado bastante forte no trimestre, cresceu 51,7%, e por fim aqui ressaltar iniciativas digitais continuaram a gerar bastante resultado positivo, nós abrimos aqui relacionamento com mais de 3,7 milhões de novos clientes apenas no primeiro trimestre do ano, mais para frente eu vou falar um pouco também sobre o mês de abril, e falando sobre o ITI, né, que nasceu como uma carteira digital e tem se transformado em uma operação bancária completa, 100% digital, abrimos também nesse trimestre relacionamento com mais de 2 milhões de novos clientes.

Indo para o próximo slide, falando de banco digital, porque antes de entrar nos números e passar um pouco mais de informações, eu queria fazer alguns *statement* importantes aqui. O primeiro deles é que, para nós, ser digital é essencialmente ter um foco absoluto nas verdadeiras dificuldades e demandas dos nossos clientes. Esse é o mantra, tá. Para nós, ser digital significa que a gente deve ser capaz de atender os nossos clientes onde, quando e como eles desejam ser atendidos. Nós nunca falamos que ser digital é ser remoto e, portanto, atender os clientes exclusivamente através de um aplicativo de um Super App. Podemos atender os clientes nos canais digitais ou nos canais físicos. Isso não significa que a empresa não pode ter uma mentalidade ou uma ambição de ser uma empresa digital.

Vários aspectos são essenciais para essa transformação: o primeiro é o uso intensivo de tecnologia em todas as áreas de operação. A tecnologia deixa de ser uma área fornecedora de serviços internamente e todos os negócios e todo mundo se apropria, de fato, das plataformas e passam a ser donos das plataformas; segundo lugar, quer dizer, falar de inovação, inovação não existe uma área de inovação. Inovação deve fazer parte do cotidiano, né, do nosso dia a dia. Além disso, a gente precisa ser rápido no desenvolvimento e implementação de novas soluções; e quarto – e para nós super importante e tem avanços relevantes e eu vou dividir com vocês mais para frente – temos que nos organizar em equipes multidisciplinares né, precisamos ter paixão pela eficiência usando a tecnologia para alavancar o nosso potencial e ter a capacidade, não menos importante aqui, de usar uma quantidade de dados que nós acumulamos aqui ao longo dos últimos anos que vai nos permitir oferecer produtos de forma muito mais inteligente e customizada para os nossos clientes.

Então, eu falo aqui no slide 3, já entrando um pouco mais nos indicadores, da migração dos nossos clientes para as nossas plataformas digitais. Então, o primeiro grande destaque: nós abrimos relacionamentos com mais de 3,7 milhões de clientes no trimestre e é importante dizer que só no mês de abril – esse já é um *spoiler* aqui – nós abrimos mais do que 1,5 milhão de relacionamentos só no mês de abril, tá. Percebemos um crescente engajamento por meio dos canais digitais e 54% dos



produtos foram adquiridos totalmente digitalmente. Se vocês olharem aqui, é um crescimento de 70% em relação ao mesmo período do ano passado.

Ou ponto que eu gostaria de destacar: pela primeira vez nós estamos trazendo aqui para compartilhar com vocês números de NPS (*Net Promoter Score*) nós atingimos no Super App 78 pontos, é um patamar altíssimo quando comparado aqui com, enfim, qualquer aplicativo da indústria, e a gente já vem percebendo resultados relevantes aqui da nossa estratégia.

Outro ponto que eu destaco no slide é: 95% dos clientes que foram atendidos pelo assistente virtual não ligam nas centrais de atendimento, uma evolução relevante, ou seja, o AVI tem sido resolutivo, e o índice de eficiência da nossa operação digital rodando por volta de 15% dos nossos canais digitais.

Então, esses são os principais destaques.

Indo para o próximo slide, slide 4, eu gostaria de falar com vocês um pouco e atualizá-los sobre a evolução do ITI. Só colocando em perspectiva, a gente lançou o ITI em 2019, fizemos aí nos últimos 18 meses um freio de arrumação, pivotamos completamente a estratégia do ITI e mudamos a forma e a abordagem de como a gente viria a construir o que era para ser no início uma conta de pagamento e que evoluiu para um banco 100% digital.

Aqui do lado esquerdo vocês vão ver alguns atributos, então a gente consegue hoje abrir uma conta em até 4 minutos, tem uma conta de pagamento, saque digital no banco 24 horas, o próprio PIX, pagamentos em geral, recarga de celular, cartão da conta, cartão de crédito e, por último aqui, a gente já vem pilotando aqui em beta toda a operação de crédito pessoal, e a gente coloca como um *statement* aqui *technology stack*, ou seja, estado da arte em tecnologia. Quer dizer, essa é a forma de desenvolver os negócios dentro do banco entendendo as dores do cliente, as necessidades e construindo, assim, a plataforma.

O ITI ele passa a ter 2 papéis muito relevantes na estratégia do banco: ele é um negócio em que a gente vem, de fato, atacando mar aberto, então se vocês olharem aqui mais de 6 milhões de clientes em abril de 2021, 70% desses clientes têm entre 18 e 35 anos, mais de 3 milhões de novos clientes em 2021, 70% dos clientes cadastraram a chave PIX, 84% desses clientes sem conta ativa no Itaú, portanto, tem sido uma base super complementar para o banco. E não menos importante, eu resolvi trazer também aqui a nossa ambição para 2021, nós nos colocamos uma meta de atingir 15 milhões de clientes até o final do ano e é para lá que a gente vai, tá. Então, vocês conseguem ver essa evolução muito forte; agora o ITI tem um outro papel, que não está aqui definido nesse slide, que é o papel do ITI como plataforma para o restante do banco. Então, a gente tem trabalhado muito com o conceito de plataforma e reuso das tecnologias e o ITI tem um papel muito importante como plataforma para atender os nossos diversos negócios no banco, seja o próprio banco de varejo, ou os nossos *monoliners* ou operação de cartão de crédito, podendo ser uma plataforma *white label*, portanto, a plataforma de conta de pagamento ou banco digital para as



operações de cartões, ou sendo o próprio ITI se assim a gente definir como estratégia para focar num público em que a marca tem um valor relevante e para aqueles clientes que, aí sim, resolverem ter uma experiência econômica, simples numa plataforma 100% digital. Essa é a nossa estratégia.

Indo para o próximo slide, eu queria reforçar aqui a questão do crescimento de algumas carteiras em específico. Eu chamo a atenção para 2 carteiras, tá: primeiro é o crescimento nos créditos imobiliários, então se vocês olharem aqui do lado esquerdo nós concedemos só nesse trimestre R\$10,3 bilhões em crédito imobiliário pessoa física e a razão para isso é porque o crédito imobiliário, de fato, é dos produtos mais importantes na relação com os nossos clientes, houve um aumento de demanda, existe hoje no Brasil uma penetração baixa do crédito imobiliário em relação ao PIB e houve, de fato, um crescimento aí no período e os nossos clientes demandando fortemente o produto.

Nós fizemos e acompanhamos o crescimento da indústria, mais do que isso, nós vemos *market share* aí nos últimos meses se vocês olharem os rankings públicos de contratação, inclusive assumimos durante alguns meses a liderança do mercado de bancos privados e públicos, mas certamente de bancos privados, tá. Então, tem sido uma avenida de crescimento muito relevante.

Além disso, a gente bateu um saldo de R\$62,4 bilhões, se vocês olharem aqui tanto em relação ao tri como ao ano passado um crescimento muito forte.

Do lado direito tem indicadores da saúde da operação. Primeiro, um *loan to value* de 41,9, que mostra que é uma carteira muito bem garantida e com um nível de risco muito baixo. Taxa de juros que acompanha a poupança, esse foi um produto que a gente lançou e fomos aí pioneiros no ano passado e a gente, de fato, hoje tem aproximadamente 30% da produção sendo feita nesse produto. Contratação digital também funcionando muito bem e aqui eu trouxe o NPS para dizer que a gente não tá satisfeito com o NPS do produto, tá. Então, a gente atingiu um NPS de 30, é muito abaixo do que a gente gostaria, de fato, houve um aumento muito grande na demanda e as esteiras aqui se sentiram bastante... foram bastante pressionadas durante o período. O atendimento ficou aquém das nossas expectativas, a gente já fez avanços relevantes as novas safras já estão rodando com NPS de 50, mas a nossa expectativa é melhorar bastante, mas eu fiz questão de trazer para vocês os NPSs onde a gente está indo muito bem e onde tem oportunidade, tá, e tem todo um trabalho de análise socioambiental em operação de crédito PJ.

Embaixo eu reforço também a demanda por financiamento de veículos, a gente percebeu um aumento muito grande na demanda, não só por veículos novos, mas tipicamente por veículos usados, nós originamos aqui na PF e na PJ mais de 6,6 bi no trimestre. De novo, a gente vem ganhando *market share*, uma performance bastante relevante, e quando a gente olha o saldo do financiamento de veículos, teve um crescimento, quando a gente separa entre pessoa física e jurídica um crescimento maior na pessoa jurídica, mas ainda assim um crescimento bastante relevante na pessoa física de 25,6.



Também uma carteira muito bem garantida, com prazos super compatíveis, com um valor de entrada relevante, é mais de 17,7 mil pontos de vendas, também com 30% de contratação em canais digitais, e o NPS aqui muito alto, 68 pontos, a gente considera bastante bom, mas, como eu tenho dito, aqui é a obsessão pelos clientes, a ideia é que esses NPSs evoluam ao longo do tempo. E por último aqui taxas especiais dentro da nossa agenda de ESG para veículos híbridos e elétricos dado a relevância que isso tem para o país.

Indo para o próximo slide, eu queria chamar atenção aqui para o agronegócio, tá. Então, primeiro colocar em perspectiva a relevância do agronegócio para o país. Se vocês olharem ali em 2010, o agronegócio representava R\$800 bilhões, quando a gente olha em 2020 a gente está falando de R\$2 trilhões, mais do que dobrou em 10 anos, e uma penetração no PIB da ordem de 27%, tá.

O quê que nós fizemos? Nós criamos um segmento agro para atender uma agenda de forte crescimento e especializada para este segmento, nós tínhamos em 2019 uma cobertura de 463 clientes, a nossa expectativa é fechar 2021 com 2.400 clientes atendidos. E, por outro lado, a gente vem aumentando a estrutura de forma relevante, saímos de 34 pessoas para 300 pessoas até o final do ano sabendo que a distribuição a geográfica, a regionalização e a proximidade com os clientes é fundamental para esse segmento.

O saldo da carteira, como vocês podem observar, cresceu bastante, 20,5%, atingindo R\$46,5 bi em março 21, é um crescimento bastante levante, e eu coloco aqui algumas ações e desafios desde análise socioambiental, expansão da equipe, evolução do modelo, escalabilidade da operação, desenvolvimento de novos produtos e estruturas, mas a principal mensagem é que, com o que a gente já desenvolveu, a gente vem conseguindo trabalhar num NPS bastante alto de 71 quando a gente olha o agro como um todo, e para os produtores rurais, né, que têm sido o foco do nosso crescimento, a gente atingiu um NPS de 84, também difícil ver NPSs tão altos como esse no banco e na indústria, tá.

Então, mensagem muito forte aqui de que centralidade, proposta de valor e modelo de negócio funcionando bastante bem, tá.

Quando a gente vai agora para a carteira de crédito, eu queria chamar atenção para alguns pontos: a carteira de pessoa física cresceu no trimestre, cresceu 2,2%, tem um efeito na linha de cartão de crédito sazonal, então a gente vê que tanto comparado contra o primeiro tri do ano passado contra o último tri, tem 2 efeitos de base estão relevantes, tá: quando eu comparo com o último tri tem um efeito de sazonalidade, a gente tem visto um consumo nesse trimestre o menor, aqui tem o efeito da pandemia – lembrando que no quarto tri tipicamente são carteiras que têm um crescimento relevante –, e quando a gente compara com o primeiro tri do ano passado, a principal mensagem é que a gente está comparando um trimestre deste ano com pandemia contra um trimestre do ano passado sem pandemia, isso produz efeitos na carteira também.





Carteira de crédito pessoal apesar de um crescimento menor, de 1,6, aqui tem uma mensagem relevante que é o mix da carteira, tá. Então, só fazendo um zoom nesse item específico, se vocês olharem lá embaixo do lado direito “movimentação da carteira de crédito pessoal”, vocês vão ver que aquela carteira de crédito sob medida, né, que é onde a gente fez todas as renegociações da carteira flexibilizada, ela tem uma queda no trimestre, essa é uma carteira que já amortizou R\$8 bilhões desde setembro apesar de ela ainda ter um crescimento ano contra ano porque foi uma carteira que veio sendo construída aí durante o período de pandemia.

Por outro lado, as carteiras que, sim, afetam a margem positivamente têm já uma aceleração no tri se vocês olharem tanto o cheque especial como o crediário, porém, no ano contra ano tem uma queda. E aqui é superimportante – eu quando for falar de margem vou detalhar mais –, qual foi a nossa estratégia e os efeitos disso no resultado.

Depois, as demais carteiras, crédito consignado e veículos vêm crescendo no trimestre, vêm crescendo na visão ano contra ano e imobiliário, de fato, tem sido o destaque nas 2 visões.

Micro, pequenas e médias a gente tem um crescimento mais tímido, isso tem, sim, relação no trimestre com todos os efeitos da pandemia que a gente tem observado, porém, é uma carteira que segue crescendo a taxas altíssimas no ano contra ano, 22,7. Isso é uma carteira que mais do que dobrou aí nos últimos 5 anos e vale a pena, quem sabe num próximo *call*, eu posso trazer um zoom sobre esse negócio que tem trazido resultados muito relevantes.

Grandes empresas, mensagem importante. No ano passado, a gente viu o mercado de capitais de renda fixa fechando ao longo do ano e isso fez com que, logo no início da crise, quer dizer, as grandes empresas com uma necessidade de captar recursos e passar o período de pandemia com a liquidez bastante alta, cederam ou foram a mercado tomar linhas bancárias e nós aqui usamos o balanço para atender da melhor forma essas empresas.

Quando a gente olha o primeiro tri do ano, o mercado de renda fixa segue local praticamente fechado, isso também fez com que houvesse um crescimento nessas carteiras tanto de títulos privados como de operações de crédito bastante importante, e, de novo, num objetivo aqui de atender os nossos clientes da melhor forma possível. Então, no total do Brasil, o crescimento no tri de 2,5, América Latina 9,4, mas aqui também tem efeitos de variação cambial, e a originação a gente vê no primeiro tri uma originação um pouco mais fraca comparada ao último tri, porém, quando eu olho o primeiro tri de 20, a gente vê crescimento na originação da pessoa física, micro, pequena cai nas 2 visões, grandes empresas têm um crescimento e o total do Brasil, portanto, na visão ano contra ano é positiva, né, e a carteira que, de fato, cresce em originação na visão ano contra ano é de títulos privados, cai na visão trimestre porque o trimestre passado foi muito ativo na parte de mercado de capitais local títulos privados.



No próximo slide, aqui eu vou falar da margem e aqui eu já faço uma conexão com esse slide de carteira que eu comentei agora pouco. Então, a gente vê uma estabilização na nossa margem na visão consolidada, uma leve queda na visão Brasil, por outro lado, com um custo de crédito menor nesse período, o que faz com que a nossa margem média ajustada ao risco suba de 4,5 para 5,4, como vocês podem observar no gráfico à esquerda. E do lado direito a gente vem mantendo uma certa estabilidade de 6,2 já ajustando essa margem ao risco.

Aqui embaixo a gente representa toda a evolução da margem, né. Lembrando como é que a gente faz isso, então, logo no início você vê a exclusão do nosso capital de giro, a gente exclui aqui da margem, são os 900 milhões lá no quarto tri de 2020, e a gente inclui o R\$1,1 bilhão no capital de giro, que foi o que a gente obteve no primeiro desse ano. Então, se vocês olharem, o delta de 200 milhões veio basicamente do efeito do capital de giro.

A margem ficou estável, ligeiramente estável, com efeitos positivos e negativos. O principal efeito positivo é o de volume médio. Então, aqui eu queria fazer alguns comentários que são super relevantes: o primeiro deles é de que no ano passado nós tomamos a decisão de fazer uma migração enorme dos nossos clientes pessoa física e jurídica, principalmente do varejo, para linhas com prazos mais longos, com carência e com *spreads* mais baixos, tá. Por quê? Porque essa é a nossa estratégia de centralidade e foi assim que a gente atendeu os nossos clientes ao longo do ano passado. Tem um custo, né, e o custo é o efeito na margem, que a gente veio durante 3 trimestres capturando quedas, e a gente já vê uma certa estabilização e crescimento nos últimos 2.

Por quê que nós fizemos isso? Primeiro, porque centralidade no cliente é o nosso foco e, como banco líder aqui, precisava apoiar os nossos clientes da melhor forma possível num momento de crise como o que a gente vinha experimentando, de novo, sabendo que haveria, sim, um sacrifício de margem; segundo, tem uma questão aqui de profundidade no relacionamento com esses clientes, então a gente aumenta o *lifetime value* das relações aqui com os clientes, melhora o nosso NPS, a gente tem percebido isso, e a gente vem observando impactos positivos na PDD na medida que os fluxos foram adaptados à melhor necessidade e capacidade de pagamento dos nossos clientes, então os resultados estão vindo ao longo do tempo.

A gente percebe já nesse tri uma mudança no mix, embora a gente veja um crescimento de grandes empresas, como eu comentei agora pouco, com taxas muito boas, mas que para a NIM tem um efeito de diluição porque são carteiras com *spreads* menores, e a gente vê uma mudança no mix de varejo, tem um crescimento, sim, de carteiras mais garantidas, mas a gente já vem acelerando na ponta carteiras com melhor *spread*. O saldo médio no trimestre ainda não é o suficiente para ver os impactos na margem, mas a nossa expectativa para os próximos trimestres é que a margem financeira clientes continue subindo positivamente, refletindo uma mudança de mix ao longo do tempo e o custo do crédito – que eu vou comentar na sequência – vindo num patamar bastante confortável até o momento.



Depois, antes de entrar aqui tipicamente nas linhas de serviços, eu vou comentar sobre a administração de recursos. Principais mensagens: nossa plataforma aberta cresceu 7% no trimestre, atingimos aqui 326 bilhões de AUC (*assets under custody*), a nossa plataforma de produtos próprios atingiu 1,673 trilhão de produtos próprios, crescendo 1,6, mais importante é que a gente vem mudando o mix desses produtos próprios, a gente tinha uma demanda por produtos mais tradicionais ao longo dos anos, mas com a queda na taxa de juros e um maior aumento e interesse dos clientes migrarem para produtos com mais sofisticação, a gente também fez um mix, uma mudança relevante no mix ao longo do tempo, nós montamos a estratégia de multimesas na Asset, trouxemos mais de 41 gestores de mercado, gestores super capacitados, e essa estratégia tem trazido aqui uma capacidade de entregar produtos mais sofisticados, trazendo um pouco de volatilidade no sentido positivo aqui para as receitas de serviços na medida em que você passa a ter mais performance aqui nessas linhas, tá. Então, atingimos 2 trilhões na linha de investimentos.

Dois principais destaques é que, do lado na manufatura, onde nós produzimos e gerimos os produtos, a gente conseguiu colocar os nossos produtos em todas as principais plataformas de mercado, de investimento, então uma cobertura relevante, eu diria de mais de 90% do mercado. Por outro lado, a gente tem aqui é no *fund of funds*, que é onde a gente distribui fundos de terceiros no banco, um crescimento, se vocês olharem aí de 2017 a 2020, de 26% ao ano, tá, 149 gestores, mais de 1,300 fundos sob gestão, e só agora no primeiro tri a gente lançou mais 9 produtos locais e 4 produtos internacionais, fazendo com que a nossa estratégia de plataforma aberta avance bastante.

E do lado direito, nós comentamos aqui rapidamente no último *call* sobre o lançamento do íon, mas aqui é dando um pouco mais de informação, o íon é muito mais do que um aplicativo, né, ele é um modelo de negócio, de gestão de investimentos para os clientes correntistas e não correntistas. Para aquele cliente que quiser um acesso e um atendimento 100% digital, ele vai ter, e para aquele cliente que quer um atendimento mais humanizado, presencial, ele vai ter esse acesso também na medida que nós montamos os nossos escritórios de investimentos no banco, já temos mais de 12 escritórios em operação distribuídos pelo Brasil inteiro com uma estrutura de clientes ali muito dedicada, com tecnologia e com uma plataforma aberta muito robusta podendo usar o íon como marca aqui e nome do segmento.

Além disso, a gente tem tido aqui uma evolução já no curto prazo o agregador de investimentos, a corretora integrada, são 2 produtos que a gente vem trabalhando muito forte aqui, então a gente vai conseguir levar produtos, minicontratos, uma série de, enfim, produtos que são da necessidade dos clientes, e no médio prazo a gente vai trabalhar com uma jornada transacional para renda fixa e abertura de conta também. Então, essa é a evolução da nossa plataforma aqui de investimentos.

Bom, falando de serviços e seguros, naturalmente, essa é uma linha que ela sofre junto com a atividade econômica, tá. Então, eu vou chamar a atenção só para alguns pontos específicos. Então, primeiro, cartão de crédito e débito. Vocês estão vendo uma queda aí no primeiro tri contra o último tri de 7%, eu diria que grande parte da





queda é sazonalidade. Por que sazonalidade? Porque a nossa carteira de cartões, que é uma carteira muito relevante, ela tem um público muito heterogêneo, né, e ela tem o perfil do *transactor* principalmente, clientes de segmentos de altíssima renda e *affluent*, em que houve uma queda importante no consumo em função da pandemia, e isso afeta a carteira como um todo, e, naturalmente, além do efeito de sazonalidade, o quarto tri tipicamente é um trimestre mais forte quando comparado com o primeiro tri, isso é histórico. Então, a gente vê essa queda.

E quando a gente compara com o mesmo trimestre do ano passado, vale lembrar que a gente teve um primeiro tri do ano passado sem pandemia, a gente está comparando um trimestre com pandemia, então a grande explicação aqui é queda de fato, né, o faturamento andou mais devagar em função desses 2 efeitos comparativos. Isso vale tanto para emissão como para aquisição.

Na conta corrente tem, sim, uma queda, aqui tem efeitos do PIX, lembrando que a gente, como estratégia, colocou o PIX como o primeiro produto de oferta para o nosso cliente, de novo, focado em centralidade e focando no *lifetime value* do cliente, né, e crescimento, crescimento de base. Na conta corrente, esses são os principais efeitos.

Em administração de recursos, o principal efeito aqui é a *performance fee*. Nós tivemos tanto no último tri do ano passado como no primeiro tri do ano passado um bom resultado de *performance fee* nos fundos, não foi o mesmo nesse tri, mas a nossa expectativa para o ano é que a gente recupere isso obviamente dependendo de condições do mercado, mas é essa a nossa melhor expectativa.

Assessoria econômico-financeira, resultados bastante fortes. Aqui vale ressaltar que a gente tem nessa linha a XP e a gente manteve a XP, não tivemos ainda a aprovação do FED e, portanto, a gente não desconsolidou a XP ainda, não fizemos a cisão efetiva, então ela está contida nessa linha aqui de assessoria financeira e corretagem, tá.

As demais linhas sem grandes destaques, e na linha de resultado de seguros é uma linha que tem tido um desempenho ainda aquém da nossa expectativa, mas a principal razão para isso é que é uma linha de produto altamente dependente do canal físico, e como no ano passado a gente teve um foco muito grande no Travessia de crédito, nós colocamos todo o foco em atender os nossos clientes da melhor forma e um volume de agências também bastante fechado, o que fez com que a produção de vendas de seguros, tanto naquela naquele período como neste período do primeiro trimestre, fosse aquém pela redução natural de fluxo nas agências, tá. Mas isso naturalmente não é o que a gente gostaria e não é o que a gente espera para os trimestres que vêm pela frente.

E do lado direito eu queria destacar o ranking de *investment banking* primeiro lugar em fusões e aquisições, R\$130,6 bilhões em volume transacionado em 9 operações, fomos assessor do maior M&A já anunciado no Brasil, que foi a transação de Hapvida com Notre Dame, e do lado direito o primeiro lugar em renda variável pelo volume emitido, foram 17 operações, e destaque principalmente para as transações de



empresa tech, em que a gente tem tido um protagonismo bastante relevante e a gente tem conduzido uma série de operações do setor.

Essa é uma linha e a gente está bastante satisfeito com a evolução, mas, sem dúvida nenhuma, é um mercado supercompetitivo e que a gente tem grandes expectativas aqui dependendo de como evolui o mercado de capitais, principalmente a parte de *equity* e M&A ao longo do ano.

Qualidade de crédito aqui é superimportante passar algumas mensagens para vocês, tá. A primeira é que, de fato, a gente atingiu o menor patamar de custo do crédito, se vocês olharem lá R\$4,1 bilhões, 1,9% se vocês olharem é o menor da série histórica. Neste trimestre, nós não fizemos nenhum consumo das provisões complementares que foram feitas ao longo do ano passado, essa é a dinâmica e despesa de PDD eu diria quase que regulatória no nosso balanço mostrando uma carteira muito saudável e vindo num ritmo melhor do que eram as nossas expectativas, inclusive do *guidance*.

A mensagem aqui é que a gente espera que essa linha cresça ao longo dos próximos trimestres, que, portanto, o custo de crédito seja maior. Por outro lado, 2 mensagens: é nossa expectativa de que, sim, haverá um consumo de provisões daquilo que foi feito exclusivamente olhando para frente esse cenário, dentro do modelo de perda esperada, né, mas, ainda assim, quando a gente olha o *guidance* e vendo ali o piso do *guidance*, eu vejo essa linha com um viés muito positivo em relação ao próprio *guidance*, se aproximando muito mais do piso, enfim, nas nossas projeções. Agora, com um grau de incerteza. Precisamos acompanhar como é que evolui a pandemia nos próximos trimestres e certamente consigo dar mais informações para vocês para frente.

O NPL 90 no total uma leve subida... o 15 a 90, perdão, e quando a gente olha o 90, *over 90* estável em 2,3, o que vale chamar atenção uma boa dinâmica da carteira de pessoa física, né, atingindo 3,9 ali de NPL. E superimportante, quando a gente exclui a carteira flexibilizada, esse NP 90 da carteira PF está em 3,2, que é o melhor índice da série histórica do banco, tá. Então, mostrando que a carteira não flexibilizada também vem tendo uma performance *outstanding* aqui.

Esse número na 15 e 90 é de 2%, também é um número bastante bom quando a gente olha para a série histórica, e nas pequenas e médias no 15 a 90 está em 0,8, e tirando a carteira flexibilizada no atraso longo, está em 1,2, também patamares muito bons. Então, apesar desse crescimento no *over 90* na carteira de micro, pequenas e médias, é importante olhar que no 15 a 90 a gente vê uma queda de 1,8 para 1,6, mostrando que as rolagens para os próximos trimestres tendem a vir num patamar aparentemente mais baixo, mas é esperado que esses atrasos aumentem e se normalizem ao longo do ano. Essa é a nossa melhor expectativa, podemos falar mais sobre isso, porém, estabilizando em patamares anteriores ao pré-crise, tá. Então, de novo, bastante bom o ritmo aqui o atraso no balanço do banco.

Agora vou falar de transformação digital e aqui as principais mensagens para vocês é o quão relevante, né... a gente fala muito de transformação digital com vocês já há



bastante tempo, só que nós nunca trouxemos indicadores e informações para contar exatamente o que está sendo feito para dentro do banco além de falar o que está sendo feito para fora do banco, nas aquisições digitais, clientes, que eu comentei a alguns slides atrás.

Então, primeira mensagem relevante: dobramos, mais do que dobramos o investimento em tecnologia, em desenvolvimento de soluções, superimportante, investimento em desenvolvimento de soluções de 2021 a 2018. Quando a gente olha o custo de infraestrutura – e para nós essa é uma medida relevante – é aumento de horas para desenvolvimento, menos investimento e menos custos com infraestrutura, a gente já vê uma queda relevante de 28% no período, portanto, avançando cada vez mais para um mix ideal.

Gestão ágil, a gente dobrou a produtividade de desenvolvimento de novas funcionalidades, reduzimos o *leadtime*, né, que é maior velocidade na entrega de novas funcionalidades em 43%, é uma queda relevante. Nós, das áreas que nós definimos como relevantes para estarem operando no modelo de comunidade, a gente fechou agora no mês de abril 47% dos colaboradores elegíveis já atuam no modelo de trabalho integrado, em que a gente tem aqui áreas de negócios, tecnologia, operações, entre outros. Nós priorizamos por relevância, então os negócios onde a gente tem visto uma competição mais acirrada foram os negócios que a gente migrou primeiro, então toda a área de investimento já está operando em comunidade há bastante tempo, a área de cartões migrou na semana passada, também foi uma mudança relevante dado o tamanho da nossa operação, e a gente tem feito isso para *cash management* e para outros negócios em que a gente entende que *time-to-market*, abordagem tecnológica é fundamental para o sucesso do negócio.

Dito isso, então a nossa expectativa é que em 2022 a gente atinja 100% das áreas elegíveis migradas para o modelo de comunidades, mais de 21 mil pessoas operando nesse modelo. É uma mudança numa escala vista em poucos lugares do mundo e que a gente tem conseguido aqui com muita disciplina e foco atingir os objetivos.

Agora não adianta nada mudar para as comunidades, mudar o *ways of working* se a gente não fizer uma mudança profunda na nossa plataforma tecnológica, no *mindset* das pessoas, tá. Então, tem uma questão cultural relevante acontecendo no banco para que cada um de nós, *heads* de negócios, se sintam donos das suas plataformas. Eliminamos essa lógica de cliente-fornecedor na relação entre negócios e tecnologia, nós já modernizamos mais de 12% das nossas plataformas e já migramos para *cloud* esses 12%. Por quê? Por quê que é tão importante migrar para *cloud*? A nossa ideia aqui não é simplesmente ir lá e transferir todos os sistemas que hoje operam no *data center* e passar simplesmente para *cloud* porque você não ganha nenhum tipo de autonomia, velocidade, produtividade e eficiência fazendo isso. O que a gente está fazendo é reescrevendo os sistemas e é o que a gente chama de modernização das plataformas.

Nós vamos atingir no final do ano passado 50% das plataformas *core* do banco já modernizadas e em *cloud*, tá. Esse é o objetivo, essa é a ambição. Como eu falei, a



gente já tem mais de 12%, ou seja, não é um sonho, isso já é realidade, já estamos com plataformas modernizadas e operando em *cloud* e agora vem uma velocidade grande de migração, isso vai dar muito mais autonomia, velocidade, produtividade e eficiência para o banco, *time-to-market* e centralidade no cliente no final das contas, tá.

Nós aumentamos muito a velocidade e frequência de *deploys*, maior cadência de entrega de códigos em produção, como vocês estão vendo aqui, 57% foi o aumento da frequência, 140 de volume, quer dizer, mais entrega de códigos em produção, que nós chamamos de BCP (que são os *Business Complexity Point*), então são os códigos de negócios que estão sendo entregues num volume e numa velocidade muito maior, e isso são métricas aqui comparando o ano contra ano.

Aqui é onde a gente precisa ganhar, de fato, velocidade, onde a gente precisa evoluir e a modernização, a migração para *cloud*, a mudança de *mindset* e a capacidade de fazer vários *releases* diários é o que a gente está perseguindo se colocando ali objetivos de *benchmark* internacionais bastante relevantes.

Do lado de qualidade, nós hoje quando fazemos as comparações aqui com tudo o que tem de, enfim, matérias e informações públicas do que os *players* relevantes hoje operam, a gente está operando com um nível de qualidade acima, então estamos bastante satisfeitos com a qualidade, 48% mais de resiliência das nossas aplicações, mesmo com mais implantações, como eu comentei, 63 a menos de incidentes nos sistemas e, mais importante, 99,6% de disponibilidade na visão cliente, tá. Isso para nós é fundamental. Se vocês olharem dados públicos, o DOWDetector é um bom aplicativo, vocês vão ver a nossa evolução em disponibilidade e lá vocês conseguem comparar com todos os *players*, são informações públicas e que confirmam as informações que estão colocadas aqui nesse slide.

Bom, eficiência, né, um tema tão importante, tema esse que eu, antes como se CFO, vinha capitaneando aqui em primeira pessoa, essa é uma agenda que o Alessandro Broedel como CFO em primeira pessoa vem conduzindo com o meu acompanhamento muito próximo. Aqui a gente tem feito um trabalho muito grande de fortalecimento de cultura antes de tudo, então questionamento contínuo de atividades e processos, fluxo constante de iniciativas, esse é um programa transversal no banco, não é um projeto, ou seja, não é que tem começo, meio e fim, isso é a forma e dinâmica de trabalho, faz parte do nosso dia a dia, tem mais de 16 frentes de trabalho, metodologia única, uma ferramenta única de gestão e acompanhamento de todas as iniciativas no banco, mais de 1.200 iniciativas planejadas e mais de 400 em implantação.

Então, fazendo um parênteses aqui sobre esse tema específico.

Quando a gente a linha de custos no banco – eu vou detalhar isso um pouco mais para frente – vocês vão ver que no Brasil a gente vem entregando reduções nominais de custos, e esse é o objetivo, continuar reduzindo nominalmente o custo *core* apesar de uma inflação pressionada, dissídio e tudo aquilo que pressiona a nossa linha de



custos, para que a gente consiga abrir espaço para os investimentos – eu já comento sobre isso no slide seguinte.

De qualquer forma, neste trimestre nós fizemos uma provisão relevante porque dentro desse projeto, né, essa agenda de eficiência, tem temas que são do dia a dia, que a gente chama de *business as usual*, e tem temas que são estruturantes e que não se repetem nos trimestres a seguir. Então, nós fizemos uma provisão de 1,300 bilhão aproximadamente, que tem seu reflexo no não recorrente, que tem a ver exclusivamente com o processo de simplificação no modelo de atendimento que está sendo conduzido no banco para atender os nossos clientes da melhor forma possível.

Então, algumas mensagens muito importantes aqui: primeiro, a nossa despesa não decorrente de juros não teve nenhuma redução em função dessa provisão, não tiramos despesas do trimestre e lançamos nessa provisão. Isso não aconteceu. É uma provisão de despesas que virão no tempo. Número um; segundo, essas despesas devem acontecer nos próximos 24 meses e por isso que a gente está fazendo aqui uma provisão neste momento; depois, é um evento conhecido e, portanto, melhor prática contábil aqui é fazer a provisão, e foi por isso que a gente fez, e não é um evento que se repete nos próximos trimestres, daí a razão dele estar no não recorrente, tá. Então, dando muita transparência e proativamente do porquê que a gente fez essa provisão, porquê no não recorrente e que ela não tem nenhum efeito, mais uma vez, positivo na despesa deste trimestre, são efeitos completamente excludentes.

Indo para o próximo slide, eu queria chamar a atenção aqui um pouco dos números que eu falava, né. Quando a gente olha despesas não decorrentes de juros, total do Brasil cai 7,6 no trimestre, verdade que o quarto tri é um trimestre que acaba puxando custos benignos e malignos, né, colocando dessa forma, mas na visão ano Brasil caindo 0,8.

Eu vi alguns comentários de analistas falando 3,2 no ano contra ano e aqui eu queria fazer um ponto que eu acho super importante: esse 3,2, portanto aquele 30,2 que é América Latina ano contra ano x-Brasil, tem um efeito exclusivo de variação cambial, de desvalorização do real. O que acontece é que nós temos operação no Chile, na Colômbia, na Argentina, no Paraguai e no Uruguai, as várias moedas se comportam de forma diferente e o real foi a moeda que mais sofreu aí no período quando comparado com as demais moedas, isso acaba trazendo uma desvalorização, o que, portanto, traz esse efeito aqui positivo no custo, tá.

O que eu costumo dizer é o seguinte: o nosso balanço em moeda estrangeira ele gera mais receitas do que despesas em outras moedas, então ainda que tenha tido um aumento de 3,2, mais do que compensado pelo efeito da desvalorização cambial nas linhas de receitas, então o balanço, o saldo final é positivo. Não dá para olhar isoladamente o 3,2 e chegar a qualquer conclusão. É por isso que a gente separa o Brasil para mostrar o quê que é o custo *core*, e o custo do consolidado no *guidance* a gente projeta informações com premissas macroeconômicas, mas que, muitas vezes ou na maioria das vezes, não se materializam, principalmente quando a gente está





falando de moeda. Ao longo do ano isso traz alguma volatilidade, por isso que é importante entender a linha com profundidade, tá.

Quando a gente coloca as variações, o quê que a gente quis colocar aqui? Então, a gente tira da linha de custos dos R\$13,3 bilhões 2 bilhões da América Latina e, portanto, a gente parte de uma base de R\$11,3 bilhões no quarto tri, aí a gente separa, no trimestre, quanto é que o investimento de tecnologia teve de despesa, né – isso aqui não é Capex, é já Opex que está sendo desprezado na linha de despesas – R\$200 milhões em investimentos de novos negócios, seja a ampliação da força de vendas de investimento, seja a ampliação da força de vendas de seguros, seja a ampliação da equipe agro, isso teve também um custo de 100 milhões no período.

Por quê que a gente separou dessa forma? Do outro lado, vocês estão vendo em verde o quê que é programa eficiência, o quê que é sazonalidade e o quê que é demais. Então, no final é: para investir e crescer o banco – que esse é o nosso mantra aqui, crescimento, né, é a palavra de ordem aqui no banco – a gente tem feito investimentos relevantes, seja em tecnologia, seja em ampliação de novos negócios, e para isso a gente precisa abrir espaço para que esse investimento aconteça da forma mais saudável possível.

Então, quando a gente olha lá o programa de eficiência trazendo benefícios relevantes, 500 milhões no trimestre, sazonalidade – aqui é o colesterol bom –, então quando a gente olha no tri passado, quer dizer, tem efeito de volumetria, mais racionalidade traz custo bom, a gente trabalha no custo unitário, mas a volumetria é favorável, também teve um efeito positivo, e tem outros efeitos aqui, tá. Então, no final do dia, essa é a nossa agenda.

Quando vocês olham lá em cima o quadro de colaboradores, principais mensagens é: no Brasil a gente reduziu de 74 mil para 72 mil pessoas, quase 2 mil pessoas no Brasil x-tecnologia, e aí no exterior foram 500 pessoas a menos, também teve uma redução, e aqui o foco que eu estou dando é mostrar o tamanho do investimento que a gente está fazendo em tecnologia, e, lembrando dos slides anteriores, mais investimento em desenvolvimento, menos investimento em infraestrutura na medida que a gente vem conseguindo reduzir, mais modernização de plataforma, mais migração para *cloud*, além de entrega de soluções, enfim, nas várias comunidades para atender aqui os nossos clientes.

Então, é um investimento completamente *right way*, ele pressiona, sim, as linhas de custos no curto prazo, mas tem entrega de valor, seja do lado da eficiência, seja na geração de *top line* relevante no longo prazo, e esses 4.100 parte é crescimento que eu chamo de orgânico, né, foram contratações, um pedaço disso foi a própria aquisição da Zup, uma empresa de tecnologia que mais e mais está virando uma plataforma de desenvolvimento de novos negócios e plataformas para o banco, então lá na Zup também tem tido um crescimento, a gente não quebra, mas eu diria que essas são as 2 principais explicações para o crescimento.



Bom, capital. Mensagens principais aqui: perdemos 20 bps de capital nível I, como vocês podem observar, mantivemos AT1 em 1,7 e o principal efeito aqui... tem o lucro, né, que vem de forma positiva para capital, o dividendo aqui o mínimo regulatório dentro da nossa política de distribuição de dividendos, e os efeitos que a gente tem tido, que são negativos aqui, ainda são muito afetados pelo câmbio – lembrando que o câmbio de fechamento do ano era de 5,20 e o câmbio de fechamento desse tri foi 5,70 –, então são 50 centavos no dólar que pressionam não só o crédito tributário, que é verdade que está em *phase out*, né, assimetria tributária, já 50% esse ano, os outros 50 já no ano que vem, mas tem um efeito no RWA do banco, né, (o *risk weighted asset*) na medida que tem uma desvalorização, isso acaba também pressionando a nossa linha aqui de carteira de crédito e, portanto, mais capital.

A gente continua muito confortável com o nosso cronograma aqui e evolução do capital ao longo do ano, o efeito câmbio no curto prazo a gente tem visto um certo alívio, mas, de novo, o câmbio tem muita volatilidade, eu não quero fazer nenhum tipo de projeção e falar sobre isso até o fechamento do próximo trimestre, mas esse foi o principal efeito.

Bom, *guidance*. Também li alguns relatórios, alguns comentários de que a gente estava fora do *guidance* em alguns aspectos. Então, enfim, para vocês que são analistas e investidores que estão aqui, só lembrar – e vocês sabem disso melhor do que eu – que *guidance* é uma visão 12 meses, né, a gente não dá *guidance* trimestral. Então, a primeira mensagem para vocês é que a gente fez um *guidance* com ressalvas no início do ano no sentido de que, caso a atividade econômica não seja impactada de forma relevante em função da pandemia, esse seria o *guidance*. A gente está reafirmando o *guidance* para o resto do ano. Com as informações que a gente tem no momento, a gente continua acreditando que a gente consegue cumprir as linhas do *guidance* dentro dos *ranges* que estão aqui estabelecidos, o principal ponto, que eu diria, positivo é a nossa performance no custo do crédito, que eu, como falei, vejo hoje, a gente com um viés bastante positivo, é esperado que a gente consuma, sim, um pedaço das provisões que foram feitas. Na medida na que a perda efetiva aconteça, as provisões foram feitas no modelo de perda esperada, é bem possível que isso aconteça e, portanto, a gente vê o custo do crédito como o grande viés positivo aqui de tudo o que a gente viu nesse trimestre especialmente.

Então, *guidance* mantido. Lembrando que o *guidance* é uma visão 12 meses, não é visão trimestre, então qualquer tentativa de comparação do resultado do tri com o *guidance* ela é equivocada.

E por último aqui, não menos importante, queria fazer um convite a todos vocês, no dia 2 de junho o Itaú Day. Nós vamos fazer um evento das 9 ao meio-dia, horário de Brasília, Conselho de Administração (Roberto e Pedro) os 2 presidentes vão participar e todos os membros do Comitê Executivo. Essa é a nossa forma aqui de comunicar já a nova administração, o novo Comitê Executivo falando sobre as perspectivas e o futuro do banco, que vai ser uma super oportunidade para vocês todos conhecerem melhor a todos nós, além das mensagens dos nossos copresidentes. Então, fica aqui o convite.



Bom, com isso encerro a apresentação e abro para perguntas e respostas.

### **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 à 2 questões. Para retirar a pergunta da lista, digite \*2.

A nossa primeira pergunta vem do Sr. Jason Mollin, do Scotia Bank.

**Jason Mollin:** Olá, bom dia a todos. Minha primeira pergunta é sobre a estratégia de crescimento de clientes digitais, se vocês podem falar sobre o que estão buscando rápido aumento de novos clientes adquiridos digitalmente. Qual é a estratégia de aquisição de clientes? Estão utilizando publicidade? Como mudou a estratégia e o investimento do grupo na aquisição de clientes digitais no último ano e 18 meses?

E a minha segunda pergunta é se podem fornecer mais cor sobre o crédito de veículos e de venda, que está apresentando forte crescimento. É impressionante o número de 4,2 de originação de créditos de veículos com um *ticket* médio de 41 mil, então eu calculei que o banco original 102 mil créditos em número no trimestre, e agora veículos representa 9% mais ou menos do portfólio total comparado com mais de 20% em 2014. É razoável anualizar a originação deste trimestre?

E, bom, e também se pode dar mais cor sobre recebimento de dividendos também. Temos um número de originação de 11 bi no trimestre. Se pode falar do quanto é o *ticket* médio e qual é a duração média? Obrigado.

**Milton Maluhy:** Tudo bem, Jason? Obrigado pelas perguntas.

Bom, aqui, a parte de aquisição digital, a gente já vem nesse esforço há bastante tempo, não é novo, o que aconteceu é que, obviamente, em função da pandemia, nós colocamos ou redobramos aqui a aposta no canal e ele tem tido uma representatividade super relevante. Só para te dar uma ideia, conta corrente, que é um dos produtos, a gente capturou aqui, abriu mais de 51% das contas nos canais digitais aí ao longo dos últimos meses, mostrando uma relevância muito forte do canal, né, quer dizer, a impossibilidade de os clientes irem até a agência, abrirem suas contas, então a gente precisa estar pronto para ter um processo muito fluido, eficaz aqui, e tem dado bons resultados.

A gente tem um foco muito grande, uma estrutura dedicada para tudo o que é aquisição digital, com pessoas altamente capacitadas, plataformas e um *know-how* muito grande já na parte de aquisição.

Me lembro na época que eu estava em cartões em 2015, foi quando a gente montou a primeira sala de performance do banco para adquirir cartões de forma digital no mar aberto. Estou falando de 6 anos atrás, então, naturalmente, a gente evoluiu muito ao longo do tempo. A gente vem, certamente, direcionando mais recursos do ponto de



vista de marketing, que era sua pergunta, para tudo aquilo que é marketing de performance, aquisição de clientes de forma digital, colocando, claro, mais inteligência e com uma capacidade de medir o valor do investimento com o ROE dessas iniciativas muito medido, com muita tecnologia. Para isso, a gente precisa ter um processo simples, fluido para que o cliente tenha um *onboarding* facilitado, para que ele consiga em poucas etapas abrir a conta.

Lembrando que aqui tem tipos de negócios diferentes: uma coisa é adquirir um cartão, outra coisa é abrir uma conta no ITI, que não é uma antiga (que a gente chamava) resolução 2025, é uma conta de pagamento, né, e temos até o processo de aquisição do que era a antiga 2025, que era a conta corrente regulada pelo Banco Central.

Então, eu acho que em todos os negócios, a gente adquiriu essa capacidade, a gente vem investindo bastante tempo nisso e os resultados estão aí colocados, né. E o ITI, eu acho que grande parte da aquisição, como o ITI tem tido um protagonismo relevante, aqui era um *gap* que a gente tinha de, de fato, atender um mercado em que a gente não estava com o posicionamento adequado, que era o público jovem e o público não bancarizado, é um mercado que vem crescendo bastante, e a gente fez um trabalho de entendimento das dores do cliente, necessidades do cliente muito intenso, então o ITI para nós é um case de grande sucesso, né, a evolução que ele vem tendo está muito ainda aquém do que a gente gostaria, então as metas são ambiciosas, como você pôde observar, e ele passa também a ter um papel de plataforma para que a gente tenha um *onboarding* muito simplificado, totalmente digital e com uma experiência fantástica.

Só para te dar um número, o NPS do ITI – eu não coloquei aqui, mas – está em 80 pontos. É um NPS bastante forte comparado e acima de várias outras plataformas a com dados que são divulgados, isso tem facilitado muito e a gente tem tido aí pesquisas de empresas especializadas trazendo o ITI como a melhor experiência digital, e, de fato, a gente está muito satisfeito com a evolução.

Agora, estamos só começando, né. Quer dizer, a ambição aqui é enorme e a gente precisa cada vez mais adquirir essa musculatura e esse *know-how* de aquisições no mar aberto, tá, seja para clientes ou para não clientes. Acho que é nessa linha que a gente está indo.

Depois, sobre veículos e imobiliários, queria te dizer o seguinte: assim, não houve uma mudança no apetite, teve um repensar no modelo de negócio, na forma como a gente estava posicionado, seja nos *dealers*, seja nas lojas ou seja no crédito imobiliário, tanto nos parceiros internos, que é o próprio banco que distribui, como nos parceiros externos, tá.

Então, a carteira de veículos ela vem crescendo, a gente vem abaixo do nosso *fair share* para ser franco. Lembrando que nós já fomos líderes dessa carteira no passado, você lembra bem, tivemos problemas relevantes, sabemos e lembramos de todos os problemas que nós tivemos, a gente pode até cometer novos erros, mas os mesmos jamais, então a gente vem trabalhando com todo o cuidado devido aqui para ter um



nível de entrada... quer dizer, só para te dar uma ideia, a média de entrada do valor do veículo é de 39%, é super saudável, né, e a média do prazo é de 45 meses também na carteira de veículos. Uma carteira super saudável.

E aqui, de novo, a gente está se reposicionando nos vários *dealers*, né, eu acho que pela própria política do banco e o fato de a gente ter tido uma crise no passado fez com que a gente tivesse uma postura talvez mais conservadora ao longo dos últimos anos. O que a gente está é retomando o potencial daquele mercado que a gente acredita com *targets* muito bem definidos, tá. Então, é muito mais um resultado de posicionamento do que uma mudança no apetite, tá.

A mesma lógica para o crédito imobiliário. Quer dizer, crédito imobiliário a gente sempre teve uma postura bastante conservadora e era um produto que era tipicamente atendido no canal *Personnalité*, era onde vinha um grande volume de produção, e a gente sabe que tem outros segmentos aqui, como o *Uniclass*, o próprio Itaú agências em alguma medida, onde a gente consegue operar com um nível de *loan to value* bastante bom. Só para te dar uma ideia, a gente está falando de 41,9 de *loan to value* na carteira e na margem de 55 aproximadamente, que é o que a gente tem produzido na média da carteira.

De novo, a gente aqui desentupiu alguns canos, eu acho que aqui a gente de readquirirmos a ambição a boa ambição de crescer e de ganhar ali força e musculatura na distribuição. Temos parceiros, a gente não depende exclusivamente do canal do banco e a demanda é muito grande. Ainda assim, a gente tem um *share* de participação nos nossos próprios clientes que ainda tem oportunidade para crescer. A gente ocupou bastante o espaço, mas a gente ainda vê oportunidade.

O mercado vem evoluindo, a gente não antevê nenhum risco, nenhuma bolha, nenhuma preocupação específica. Ainda que houvesse qualquer correção de preço, de novo, a gente trabalha com um nível de *loan to value* bastante adequado, isso dá muita segurança para continuar crescendo a carteira.

Então, de novo, veículos acho que sim, o ritmo vai crescer, é esperado aqui isso aconteça e a gente está penetrando mais o produto, mas com todos os guardas-reios aqui bem definidos e políticas bem ajustadas. No crédito imobiliário, é, de fato, um foco aqui nosso pelo entendimento de que esse é um produto fundamental para o cliente, de novo, sempre olhando do lado de fora para dentro e não tentando construir o produto que a gente acha que o cliente quer comprar. É o quê que o cliente realmente precisa, né, e atender ele no sonho de adquirir o próprio imóvel para a gente é fundamental na construção de relacionamento de longo prazo, na lealdade e principalmente no aumento do *lifetime value* do cliente com o banco.

Então, a gente está confortável com o crescimento, pode ser que tenha algum arrefecimento aí nos próximos trimestres, mas a gente continua num ritmo bastante acelerado e muito satisfeito com a evolução.





**Jason Mollin:** E mais um *follow-up*, é racional, tem sentido para anualizar a originação de trimestre, hoje já são 4 bi em veículos e 11 bi de venda, ou realmente esse trimestre já foi muito forte?

**Milton Maluhy:** Olha, eu não vejo razões para a gente ter um arrefecimento dessa produção, tá. Eu acho que a gente está vindo num ritmo bastante saudável. É evidente que é um mercado competitivo, nós inclusive lançamos no ano passado, você deve ter visto lá o produto Poupe Mais, que é um produto associado ao preço do *funding* de poupança, nós temos estruturalmente *funding* de poupança, o que dá para a gente bastante capacidade de competir nesse mercado. Eu não vejo razão para imaginar um arrefecimento, a menos que haja, de fato, uma arrefecimento na demanda e no mercado, tá. Tirando isso, a gente, enfim, continua vendo num ritmo bastante saudável e bastante recorrente na produção. Vamos ver como é que o mercado se comporta nos próximos trimestres.

**Jason Mollin:** Obrigado.

**Milton Maluhy:** Obrigado, você, Jason.

**Operadora:** A nossa próxima pergunta vem do Sr. Jorge, do Citibank.

**Jorg Friedemann:** Olá, bom dia. Deixa eu colocar aqui no telefone para ver se vocês me escutam melhor. Eu estava no viva-voz.

**Milton Maluhy:** Eu estou te ouvindo bem, Jorg, estou te ouvindo bem.

**Jorg Friedemann:** Perfeito, Milton, obrigado! Eu tenho 2 perguntas, a primeira é relacionada à rentabilidade. A gente está vendo o banco já flertando de volta com níveis bem altos, quase 20% de ROE, na nossa estimativas aqui a gente vê convergência para os níveis pré-pandemia a partir de 2022, mas tem uma diferença grande quando você pensa nos níveis pré-pandemia do ROA sem alavancagem, né. É verdade que vocês cresceram bastante em créditos *corporate* e também Latam por conta de FX, que tem uma rentabilidade inferior, mas eu queria que você, se possível, comentasse também em como vocês veem, perseguem a convergência da rentabilidade sem alavancagem do ROA. Essa é a primeira pergunta.

E a segunda pergunta é, até, assim, quando você falou que vocês não dão *guidance* trimestral, eu pensei nisso durante aqui a conferência, porque vocês em algum momento começaram a entregar agora nesse primeiro trimestre pontos bem fortes em relação ao *guidance* para o ano, por exemplo, a margem financeira com o mercado. Me parece que também na parte de despesas, principalmente aí com a previsão para os próximos trimestres, vocês têm condição de ficar de maneira bem confortável nesse *guidance*. Não sei se você consegue dar um *update* nas principais linhas do *guidance*, né, onde que vocês acreditam que podem ter mais conforto, se já conseguem dar um ponto assim “Ah, vou conseguir ficar ponto mais alto do *guidance* dessa linha, ponto mais baixo naquela”, acho que isso já ajuda bastante a gente também a entender um pouco mais o que esperar para os próximos trimestres. Obrigado.



**Milton Maluhy:** Perfeito, Jorg. Obrigado pelas perguntas. Vou começar pelo ROE, tá, eu vou começar pela resposta clássica e depois eu elaboro um pouco mais.

A gente não costuma dar *guidance* de ROE, tá, o nosso foco aqui é a criação de valor, você sabe disso, já há bastante tempo. De fato, a gente teve um trimestre com um nível de rentabilidade melhor do que a gente vinha observando, mas lembrando que quando a gente compara com 2019, o que teve de, entre aspas, “vento contra” de 2019 para cá? Primeiro, redução na taxa de juros, foi bem significativo, isso tem efeitos aqui você conhece bem, seja no capital de giro do banco, seja nos depósitos à vista, e numa linha que para nós sempre foi muito relevante, que a gente já está *run-off*, que é o *overhedge* do investimento no exterior. Eram as 3 linhas que são beneficiadas diretamente pela queda na taxa de juros. O *overhedge* já não é relevante como já foi no passado, está em *run-off*, o aumento dos juros agora, embora a gente não capture ele na mesma velocidade do aumento porque a gente faz *hedge* tanto para carteira de capital de giro como *hedge* para os depósitos à vista, mas, sim, o aumento da taxa tende a voltar um pedaço dessa rentabilidade.

O segundo grande efeito foi o *cap* na taxa de juros do cheque especial, que foi materializado em janeiro do ano passado, lembrando aqui que teve um efeito aproximadamente de 2,600 bi de LAIR para o banco só considerando o *cap* da taxa, tá, fora o que a gente chama de *self-inflicted*, que foi a nossa decisão de migrar clientes de produtos rotativos para a carteira de mais longo prazo com taxas mais baixas, então esses 2 efeitos tiveram impactos relevantes.

Então, aqui no segundo semestre tem um impacto aqui que é temporário de aumento da alíquota efetiva de imposto do banco, né, em função de um aumento de CS, então eu aqui estou trazendo uma série de efeitos para justificar um pouco a gente não acreditar no curto prazo que a gente volta para a mesma rentabilidade de 2019, tá, é onde, de fato, a gente teve ROEs ali bem acima, inclusive acima de 20%.

Então, a nossa dinâmica aqui tem sido foco em *top line*, temos uma carteira contratada e explicitada para vocês por decisão de abrir mão de margem, então eu sei que um investidor ou um analista olha fala “Pô, mas vocês abriram mão de receita, eu vou comparar isso”, essa é uma visão de curto prazo, né, a gente tem uma visão de longo prazo de que no fundo essa renúncia é um investimento na relação, no *lifetime value* dos clientes e na capacidade de gerar relacionamento e aprofundar a relação no tempo. Então, é esse um primeiro ponto, mas essa margem está contratada, né.

E a carteira de atacado ela é tipicamente uma carteira, sim, que tem uma rentabilidade menor, é verdade, traz um nível de ROE menor embora a gente vem operando com RAROC, que é a nossa medida bastante robusta, porque ela gera muito *cross-sell* com clientes do atacado e em produtos não crédito, né, principalmente a parte de serviços, *cash management*, câmbio, derivativos, e a própria assessoria econômico-financeira aqui traduzida em banco de investimento, onde a gente tem conseguido performances muito relevantes.



Então, você precisa olhar a rentabilidade do segmento como um todo e não exclusivamente a da carteira, e os resultados têm sido bastante favoráveis. Agora, a nossa expectativa é que mercado de capitais normalizando a gente volta e parte dessa carteira pode vir a ser distribuída no mercado, embora a gente tenha feito ela em condições bastante competitivas aqui, razoáveis para a gente manter no balanço, isso é uma decisão viva, né, até do ponto de otimização de capital é algo que a gente sempre vai buscar abrir espaço e girar a carteira, esse é o grande objetivo aqui das grandes empresas.

Então, eu não vou te dar um ROE aqui, uma perspectiva, mas eu acho que as condições hoje não são tão favoráveis, vamos colocar dessa forma, ao que foram em 2019 por todas as razões, algumas das que comentei aqui agora, e, portanto, eu não vejo esse nível de rentabilidade de 2019 no horizonte curto, tá. De novo, a nossa visão aqui é longo prazo e sempre olhando a diferença entre rentabilidade e custo de capital, portanto, nosso mantra aqui, você sabe disso, é criação de valor e não ROE absoluto.

**Jorg Friedemann:** Perfeito, Milton. Deixa eu só fazer uma parte aqui. Um dos focos da pergunta foi entender diferença de rentabilidade quando medida também sobre ativos, né, o ROA.

**Milton Maluhy:** O ROA.

**Jorg Friedemann:** E estaria correto entender que, assim, o resultado a partir de agora ele deve ser um pouquinho mais derivado de créditos do que anteriormente e por isso você abre um pouquinho do *gap* entre a ROE e ROA versus o que você tinha de 2017 a 2019?

**Milton Maluhy:** Olha, é uma boa premissa, tá, e é uma boa premissa por que razão? Porque as carteiras de atacado estão crescendo muito mais do que a gente imaginava e do que a gente vinha crescendo nos períodos anteriores, então naturalmente tem uma pressão no ROA em função disso naturalmente.

Além disso, a carteira de varejo, que era e como a gente fez o *guidance* aqui a nossa grande expectativa para o ano, e você viu que a gente cresceu na visão ano contra ano 9,8% na pessoa física, no fundo a mensagem que a gente está passando aqui é “estamos em pandemia, estamos em crise, a gente vai crescer e ocupar o espaço na medida que ele estiver disponível, mas o mais importante aqui é a gente conseguir fazer isso de forma superequilibrada, tá”. Então, não é e não está na nossa premissa crescer carteira se a gente não se sentir confortável do ponto de ter de expectativas de mercado e crédito, tá.

Então, a carteira de PF ela tende a crescer menos do que a gente imaginava no começo do ano quando fez o *guidance*, ao contrário, a carteira de pessoa jurídica vem crescendo mais, então, sim, gera esse efeito no ROA. Por outro lado, quer dizer, a gente continua vindo muito forte nas linhas de serviços, mas com um mix mais crédito, menos serviços, portanto, tem esse efeito sem sombra de dúvida, tá. Essa é a dinâmica que a gente tem visto.



Agora, expectativa para o quarto tri é de uma certa normalidade da atividade como um todo, ainda tem aqui um pouco de projeções, vamos ver como é que a vacinação avança e tudo mais, talvez 2022 seja um ano mais típico e não menos típico do que a gente tem observado nesses últimos 2.

**Jorg Friedemann:** Não, está perfeito, super claro.

**Milton Maluhy:** Sobre o *guidance*, é o seguinte: eu acho que a carteira, você viu o quanto a gente cresceu, tem o efeito de variação cambial, mas eu continuo achando que a gente é capaz de avançar nas carteiras dentro do que está aqui, acho que a gente vai conseguir cumprir o *guidance* seja na visão total como o Brasil... assim, acho que a gente consegue cumprir o *guidance* em todas as linhas, tá, com diferenças aqui e com desafios. A gente está terminando o primeiro trimestre, ainda tem em desafio enorme pela frente. Margem com clientes acho que a gente vai fazer o *catch-up*, então espero aqui, quer dizer, de novo trabalhar próximo do ponto médio, acho que seria algo esperado aqui para a nossa margem com clientes. Margem com o mercado, a gente teve um trimestre com resultado extraordinário, portanto, nos próximos trimestres eu não espero repetir exatamente o mesmo resultado. Lembrando que, na margem com o mercado, o resultado veio muito forte não só nas tesourarias do Brasil, mas como Chile e Colômbia também, então foram resultados extraordinários, minha expectativa é que a gente normalize isso talvez trabalhando mais próximo do teto aqui da banda na margem com mercado.

Custo do crédito tem sido a notícia positiva, né, eu vou falar *range* aqui, talvez a gente se surpreenda positivo, talvez a gente consiga entregar até um custo do crédito abaixo do piso, essa é o que eu gostaria de poder entregar, mas eu ainda não estou em condições de rever o *guidance* porque acho que tem muita incerteza pela frente e a gente precisa ver como é que a gente vai, de fato, consumir as provisões que foram feitas ao longo do ano passado.

A receita de prestação de serviços e seguros tem uma expectativa de atividade avançando, né, então essa é uma linha que tende a normalizar. Lembrando que tem a 2 grandes efeitos aqui: faturamento no cartão, nossa expectativa é de que ele volte, mas, de novo, tem uma pandemia, então é muito difícil projetar, e as receitas aqui de *asset*, que são dependentes aqui, só para te dar um delta, quer dizer, tri contra tri, enfim, *performance fee* a gente teve uns R\$170 milhões a menos, o que significa que a nossa expectativa aqui para os próximos tris, dependendo de condições de mercado e *performance* nos novos gestores, dos quais eu confio bastante, que a gente recupere a *performance fee* também, que eu acho que é uma linha que tende a recuperar aí também. Estou bastante confortável com o centro aqui da banda.

Despesa não decorrente de juros é o nosso foco. Acho que, no consolidado, o grande efeito é o câmbio, então a gente precisa isolar esse efeito do câmbio e olhar o PNL do banco em reais no final, então no Brasil a gente vem rodando e estou convencido de que a gente vai trabalhar para entregar.



Tem bastante vento contra, né, quer dizer, tem dissídio, tem inflação que está vindo mais alta, mas isso é parte da jornada, quer dizer, é obrigação aqui a gente se ajustar aos ventos que vem na direção contrária. E a alíquota efetiva acho que também a gente converge para o piso aqui ou talvez mais para o topo da banda porque nesse trimestre a gente teve aqui uma alíquota efetiva mais alta do que a gente costuma ter, teve um evento extraordinário, a gente fez uma baixa de um crédito tributário das nossas unidades no exterior, ele tem esse efeito, mas ele tende a se normalizar ao longo dos próximos trimestres e a gente deve chegar talvez mais próximo do teto da banda aí até o final do ano.

**Operadora:** A nossa próxima pergunta...

**Milton Maluhy:** Pode falar, vai lá.

**Operadora:** A nossa próxima pergunta é do Sr. Otávio, do Bradesco BBI.

**Otávio Tanganelli:** Bom dia, Milton. Minha pergunta é um pouco um *follow-up* na pergunta do Jorg anterior, mais no sobrecusto do crédito. Me parece um pouco... assim, tendo em vista o *guidance*, até por você ter falado que você poderia possivelmente ficar abaixo, mas, assim, parece ainda que a gente está rodando num nível baixo de provisões, especialmente tendo em consideração, assim, que o NPL aí carteira prorrogada ficou em 10%, vocês veem as coisas piorando um pouco na margem, você acha que tem uma piora contratada aí para os próximos trimestres ou o *guidance* talvez tenha mais a tendência de ficar na ponta baixa ou até abaixo disso?

**Milton Maluhy:** É, assim, só do final para o começo, tá, minha expectativa é que ele fique mais próximo da ponta baixa e inclusive pode vir abaixo disso. Assim, eu só não estou mudando o *guidance* ainda porque tempo aqui é relevante dado a pandemia que a gente está enfrentando, tá. Então, acho que mais um trimestre eu consigo talvez, se for o caso, até ajustar o *guidance* se a gente entender que é o correto a ser feito.

Deixa eu falar um pouco sobre crédito. Primeiro, você está observando os nossos atrasos, deixa eu falar da carteira flexibilizada, que foi seu comentário, tá, hoje a gente tem um índice de cobertura nessa carteira de mais de 200%, por volta de 200%, para ser preciso 197% é nossa cobertura nessa carteira aqui flexibilizada, o que dá bastante conforto. A gente espera, sim, uma normalização dos índices de atraso. Como eu falei, a gente está rodando em patamares muito baixos e a performance tem vindo muito boa, mas é esperado e contratado que esse NPL suba ao longo dos próximos trimestres, né.

O que é importante, e se você olhar por NPL *formation*, você vai ver que a gente provisionou nesses últimos tris menos do que 100% do NPL *formation* do banco. Tem uma razão muito clara para isso, porque o ano passado a gente provisionou mais do que 100% nos trimestres, do primeiro trimestre até o último trimestre, então, como a gente veio provisionando na frente via modelo de perda esperada, a gente tem hoje um de cobertura, se você olhar lá, a gente caiu um pouco a cobertura nesse período





e aqui tem 2 eventos clássicos aqui: primeiro, teve um aumento do NPL 90 tipicamente de um cliente do atacado no Chile, que já está totalmente provisionado, então era um atraso esperado, a previsão já tinha sido feita, ele consome um pouco do índice; e a gente reestruturou um crédito de forma satisfatória, diminuindo o saldo da PDD também nesse período, que diminui o saldo da PDD e, por consequência, diminui o índice de cobertura. Nos 2 casos, absolutamente, um superpositivo e o outro era esperado o atraso, a previsão já tinha sido feita.

Então, o meu ponto é o seguinte: a gente teve um custo de crédito de 4 bi, não acredito na recorrência de 4 bi nos próximos trimestres, acho que o custo do crédito vai subir, sim, mas se você anualizar ou falar de um custo de crédito de 5 (estou arredondando o número) em 3 trimestres, a gente está falando de 15 + 4, estamos falando de 19-20 bilhões. Aqui eu não estou fazendo projeção, é só para te dar um grau de sensibilidade em relação ao próprio *guidance*.

A gente está confortável, acho que é bem possível que a gente entregue o número do piso para baixo, estou aqui fazendo o meu CAV... o meu *hedge*, melhor dizendo, porque a incerteza ainda persiste, mas essas carteiras em geral estão performando bem.

A notícia boa é que a carteira não flexibilizada está tendo uma performance extraordinária e o atraso da carteira flexibilizada era esperado, tá. Então, ainda que você veja esse atraso de 10%, volto a dizer, a gente está com 197% de cobertura, tá. E aqui, se você olhar nesse trimestre, não houve nenhum consumo de provisão complementar, nenhum consumo. Então, todas aquelas provisões que foram feitas ao longo dos últimos trimestres do ano passado continuam preservadas no balanço do banco. Então, no nosso *guidance*, já era esperado que neste trimestre a gente faria algum consumo dessa provisão. Como o custo do crédito veio muito baixo, a gente achou que não era o momento ainda de lançar mão dessas provisões que estão feitas no balanço porque a incerteza persiste, mas elas serão consumidas ao longo dos próximos tris na medida que a perda de crédito se materialize, se torne perda efetiva e a gente consuma, então, as perdas esperadas que foram feitas.

Então, colocando isso em consideração que está implícito no *guidance*, a gente continua bastante positivo em relação à performance do crédito.

**Otávio Tanganelli:** Superclaro, Milton. Só um *follow-up* rápido se me permitir.

**Milton Maluhy:** Claro!

**Otávio Tanganelli:** O próprio número de 5 bi que você mencionou, ainda a gente vai ver a provisão abaixo do NPL *formation* nos próximos tris com um consumo implícito aí, né?

**Otávio Tanganelli:** Perfeito, porque na prática é assim, a gente já antecipou as provisões, como eu te falei, a gente rodou em trimestres passados com 150 de provisão sobre NPL *formation* em alguns trimestres, então isso dá bastante conforto



para a gente não ter que provisionar o NPL *formation* desses trimestres, tá, o balanço está super defendido.

**Otávio Tanganelli:** Obrigado, Milton, superclaro.

**Milton Maluhy:** Obrigado, você, obrigado você, Otávio!

**Operadora:** A nossa próxima pergunta vem do Sr. Tiago Batista, do UBS.

**Tiago Batista:** Opa, bom dia a todos. Eu tenho 2 perguntas, Milton, a primeira é em relação ao *spread*. Você até falou aqui na margem de cliente estar ali próxima do ponto médio do *guidance*, para isso a gente tem que ver uma aceleração importante do NII de clientes nos próximos trimestres. Eu queria entender com você essa dinâmica e se vocês já viram, de fato, um crescimento melhor no final do trimestre, talvez agora em abril, de carteiras, especialmente pessoa física, com um *yield* um pouco maior, então se isso, de fato, foi um efeito que o banco já viu nessas últimas semanas ou meses.

E a outra pergunta é em relação ao CorpBanca, ou Itaú Chile. Qual a importância, de fato, do Itaú Chile para o Itaú Brasil? É possível... assim, é necessário ter o Itaú Chile para o Itaú consolidado? Queria entender a importância do Itaú Chile para o Itaú América Latina e para o Itaú consolidado.

**Milton Maluhy:** Perfeito, Tiago. Bom, vamos aqui por partes. Eu vou começar pelo Itaú Chile, bom, deixa eu começar pela margem aqui que fica mais fácil a resposta.

Bom, pela margem, a gente, no slide 7, já dá um pouco de números aqui que ajudam a entender, é verdade, a gente espera uma aceleração, neste trimestre a gente já observou no saldo, há uma aceleração tanto da carteira de cheque especial e crediário, então é um mix favorável para a margem, só que é superimportante, sabe disso tão bem quanto eu, que o que importa aqui no final do dia é saldo médio, não é o saldo ponta. Então, como a aceleração se deu nos últimos meses, o nosso saldo médio ainda ele não ajuda para o NII. O que acontece é que, como tem essa aceleração na ponta e a gente espera o saldo médio dessas carteiras crescendo ao longo do ano, possivelmente daí vem a nossa melhor expectativa aqui de crescimento da margem com o cliente, tá.

Então, sim, a aceleração está vindo na ponta, a gente tem observado isso, e a gente continua positivo em relação a isso com [incompreensível] da crise e do que vem pela frente, tá. Então, esse é o primeiro ponto.

O segundo ponto sobre a questão específica do Itaú CorpBanca, então respondendo aqui de uma forma institucional e depois falando do caso específico, nós sempre tivemos essa agenda de regionalização, é algo que foi definido há muitos anos atrás como parte da estratégia diversificar a moeda do banco e o Itaú CorpBanca veio à luz dessa estratégia. De fato, tem sido anos difíceis, né, você tem acompanhado, infelizmente, enfim, os desafios se mostraram maiores do que a gente imaginava no



início, sejam desafios macro, né, a própria economia acabou andando muito aquém do que ela andou nos anos anteriores, como desafios micro, problemas estruturais no próprio ativo, né.

Já falei bastante sobre isso tanto na Colômbia como no Chile, carteiras de crédito com *spreads* muito baixos, modelo de antecipação de resultado muito intenso, perfil de crédito e qualidade muito aquém do que a gente acredita, portanto, ajustes foram necessários, e uma operação da Colômbia que é *sub-scale*, com problemas estruturais e que levaram a gente a fazer *impairments* relevantes.

Do ponto de vista do conglomerado para o resultado, é irrelevante. Acho que sabe disso, quer dizer, chega muito pouco do resultado aqui no Brasil porque, além de tudo, a gente tem 40% aproximadamente do banco, não tem um efeito no minoritário. E do ponto de vista de carteira é relevante porque é uma carteira grande, consolidada no balanço do banco, então a gente toma muito cuidado nestes últimos anos para ter um balanço absolutamente no padrão Itaú de governança, de gestão e apetite de risco, tá.

Eu falei no último *call*, a gente não está satisfeito com os retornos, este primeiro tri foi um trio excepcional, então a gente teve um nível de retorno muito forte na operação do Itaú CorpBanca, mas com uma grande concentração em resultado de mercado, resultado, vejo eu, mais extraordinário do que recorrente, então, neste sentido, quer dizer, foi positivo no *overall*, mas não vejo a gente repetindo esse nível de resultado e performance nos tris que vêm pela frente.

Então, existe, sim, uma disciplina de capital aqui no banco, você sabe bem, a gente está olhando para isso o tempo todo, e essa é uma discussão viva e dinâmica em que a gente tem que estar acompanhando o nosso *footprint* em todos os negócios, não é só no Chile não, é no Brasil, é em outras geografias para entender, quer dizer, a nossa real capacidade de trazer a operação para o nível de rentabilidade adequado para criar valor, né, *vis-à-vis* tomar outras decisões.

Essa é uma agenda viva, não faço prognóstico, não estou dando nenhum tipo de direção de se a gente vai por um lado ou por outro, só quero dizer que esse é um tema discutido aqui mensalmente dentro do banco, tá. Existe um time lá competente, a gente está tentando tirar o melhor que dá, mas, de fato, tem questões estruturais do próprio ativo, principalmente por ser *sub-scale*, que fazem com que esse desafio seja muito grande.

Mais importante do que isso são as assimetrias que a gente tem no próprio Brasil, seja assimetria tributária e de capital, que fazem que quando eu consolido o resultado aqui e o aumento da taxa da alíquota efetiva mais o requerimento de capital o capital Brasil, coloca ainda mais pressão na visão criação de valor desses países, mas essa é uma agenda viva.



**Tiago Batista:** Tem como fazer algum movimento para reduzir o capital aqui no Brasil, tem algum modo de não ficar embaixo do banco ou alguma estrutura possível para tentar reduzir esse processo?

**Milton Maluhy:** Olha, possibilidade sempre tem, tá, a gente avalia aqui as alternativas, inclusive a gente conversa também com o regulador aqui, sendo super transparente, porque existem mecanismos não só no Brasil, mas em outros países, em outras geografias de você fazer o *hedge* do capital para você ter menos volatilidade em função da moeda, a norma atual hoje da Basileia permite isso, mas ela precisa ser regrada pelo Banco Central do Brasil, enfim, como vem evoluções da Basileia aí que a gente chama de Basileia IV lá em 2022, enfim, a gente tem conversado bastante porque eu acho que o Itaú, diferentemente de outros bancos, tem, de fato, uma presença multinacional, não é só um investimento no exterior não operacional, isso coloca uma pressão adicional de capital e a gente vem discutindo com o regulador alternativas para poder fazer o *hedge*, mas para isso precisa de regulação específica.

**Tiago Batista:** Obrigado, Milton.

**Milton Maluhy:** Obrigado você, Tiago.

**Operadora:** A nossa próxima pergunta vem do Sr. Marcelo Telles, do Credit Suisse.

**Marcelo Telles:** Bom dia, obrigado pela oportunidade e parabéns aí pela apresentação, acho que foi bastante completa e está ajudando bastante a gente entender bem a estratégia do banco.

Eu tenho 2 perguntas, a primeira é um *follow-up* na questão da margem com mercado e na questão das provisões, porque na margem com mercado acho que você colocou que a tendência é ficar mais para a parte alta de *guidance*, mas quando a gente olha é o número do trimestre e o que seria implícito aí de NII com mercado trimestralmente, né, para você chegar no topo do *range*, estaria falando aí de um NII menor a 1 bilhão por trimestres, né, o que me parece um pouco baixo dado aí o cenário de Selic para cima e o banco aproveitando também o cenário de volatilidade na curva de juros, né.

Então, eu queria primeiro entender se o topo do *guidance* de NII com mercado a gente pode considerar como piso para vocês. Essa é a primeira pergunta.

E a segunda é em relação à previsão, quando a gente vê a formação de NPL de vocês entre 5,7 e 6 bilhões dependendo aí como calcula, né, incluindo carteira renegociada e tal, mas o que fica claro para mim, quer dizer, é que vocês poderiam chegar no *bottom* do *guidance* de provisão, né, mesmo que vocês fossem provisionar 100% dos NPL *formation* incluindo o *impairment* e tudo, vocês conseguiriam chegar no *bottom* do *guidance* sem fazer nenhum *release* de provisão ou sem provisionar menos de 100% da carteira, ou seja, o *bottom* do *guidance* de provisão ele parece ser muito atingível sem vocês terem que provisionar menos que os novos NPLs, aí por isso realmente fara bastante sentido que o número de provisão de vocês fosse realmente



menor se vocês decidirem que vai ter que fazer alguma *release* de provisão ou realmente continuar provisionando menos.

Então, eu queria entender se esse racional faz sentido, então basicamente o *bottom* é muito atingível e pode ser menor se vocês provisionarem menos que o NPL. Então, esses seriam os 2 pontos.

Eu tenho uma pergunta Opex que eu posso fazer logo em seguida. Muito obrigado,

**Milton Maluhy:** Tá ótimo, Marcelo, obrigado aí pelas perguntas, tá. Falando da margem com o mercado, vamos aqui arredondar um pouco os números. A gente gerou uma margem aí de 2,4 bi no trimestre, se você pegar o teto do *guidance* aqui – e aí tem que olhar o consolidado –, a gente está falando de um teto de 6,4 bi. Eu não sei se você fez essa comparação olhando o Brasil só, porque a hora que você desconta do consolidado, a gente está falando de 4 bi em 3 trimestres, isso é 1,300 bi de média, que é a batida histórica do banco, tá.

Então, assim, por isso que eu falo que é bem dentro do *guidance* porque esse resultado que a gente teve nesse trimestre ele tem efeitos do Brasil bem relevantes por volta de 800 milhões só o *banking* aqui fora *trading*, agora a operação do Chile ela trouxe R\$500 milhões de resultados nesta visão de margem, tá. Então, se você considerar que ele também vem da operação Internacional, é por isso que é importante olhar contra o consolidado, tá, então a abatida para os próximos tris fica em 1,3, se olhar a nossa série histórica e a média você vai ver que 1,3-1,4 é onde a gente tipicamente entrega de resultado, certo.

**Marcelo Telles:** Mas que ainda seria menor que o quarto tri, né, que foi 1,5 bi, né?

**Milton Maluhy:** Sim, sim. É por isso que, assim, aqui qualquer desvio, 100 milhões para cá, para lá, pode, sim, colocar a gente um pouco acima, mas você vai ver que a gente vai orbitar ali com desvio padrão baixo aqui em relação ao que é o topo do *guidance*. Agora, é marem com mercado, então aqui o grau de incerteza é altíssimo, né, quer dizer, dado condições, quer dizer, a gente precisa realmente estar posicionado, e o efeito do capital de giro, que você falou subida de taxa de juros e tal, isso fica na margem com clientes.

O que fica, de fato, de margem de capital na margem com o mercado é só o capital alocado para tesouraria, que é uma fração do que a gente tem alocado para crédito, tá. Então, todo efeito de alta de juros tem muito mais efeito na margem com clientes da forma como a gente pública do que na margem com o mercado, tá.

**Marcelo Telles:** Ah não, isso é externo. Eu estava mais me referindo à volatilidade mesmo...

**Milton Maluhy:** Ah, volatilidade!

**Marcelo Telles:** ... para ir para o ALM do banco, né.





**Milton Maluhy:** Perfeito, entendido. Então, assim, a minha expectativa é sempre enorme, eu brinco com os *traders* aqui que o resultado é linha d'água, mas no final do dia a gente sabe que tem uma grande incerteza aqui e uma grande volatilidade. Então, vamos ver, quer dizer, então essa de todas é a que é mais difícil de você projetar, tá. Então, é esse o primeiro ponto.

Em relação ao custo do crédito, de fato, a gente vem provisionando menos do NPL *formation* e vem provando menos porque a gente provisionou mais no ano passado. Tudo depende da velocidade com que esse atraso venha e se normaliza ao longo dos próximos tris, então a nossa melhor expectativa é de que para a gente chegar no piso – e eu não estou revertendo provisão para gerar resultado – o termo que eu gosto de usar é a gente está consumindo provisão complementar na medida em que a perda de crédito se torne efetiva enquanto ela só era esperada lá atrás quando a provisão foi feita.

Então, na minha visão, nossa melhor expectativa haverá, sim, um consumo dessas provisões porque foram provisões feitas naquele momento para o NPL que estava se formando lá. Agora, lembra que a gente deu muita carência e muito renegociação, então teve uma redução, entre aspas, artificial do NPL ao longo do ano passado, por isso que a gente ficou com um grau de cobertura sobre o NPL *formation* grande. Olhando 2021, esse NPL está normalizado, portanto, atraso virá, isso é sem sombra de dúvida, e as provisões já foram feitas no ano passado.

Então, sim, na minha melhor expectativa – e não é revertendo para gerar resultado, mas é consumindo aquilo que foi provisionado –, que, assim, é importante, tá, a perda esperada é marcada caso a caso, contrato a contrato, cliente a cliente, ela não é genérica, então a gente consegue acompanhar cada um dos clientes e ir consumindo a provisão na medida que seja necessário. Para chegar no piso e inclusive ficar abaixo, sim, tem uma premissa de consumo da provisão complementar que foi feita. Não vejo isso acontecendo sem consumo da provisão.

**Marcelo Telles:** Perfeito, muito obrigado. E só mais uma pergunta rápida aqui do meu lado, na questão do Opex, né, o *guidance* de -2 para +2, e obviamente o Opex no Brasil performou bastante bem, né, com uma queda de 0,8 ano contra ano, teve realmente um efeito cambial nas operações de Latam, como você bem colocou, mas o que eu me lembro também quando vocês deram o *guidance* de Opex, que esse *guidance* que teria sido impactado por algumas provisões ou alguns investimentos que você estavam tendo que fazer na parte de tecnologia e por isso o *guidance* ficava aí mais ou menos que *flat* no meio, e aí me surpreendeu um pouco ter visto essa despesa... essas provisões de reestruturação como extraordinário.

Eu queria ter se isso era uma coisa adicional a que vocês tinham pensado lá atrás e se teve algum impacto no recorrente, na despesa não decorrente de juros, se teve algum impacto de alguma provisão ou esses investimentos que vocês tinham falado lá atrás. Eu só fiquei um pouco confuso com essa provisão. Eu achei que já o número de -2 já contemplava esses tipos de provisões.



**Milton Maluhy:** Legal, deixa eu te falar, são 2 eventos absolutamente diferentes aqui, tá. Então, quando você olha lá e a gente abre na despesa não decorrente de juros um aumento de 200 milhões que a gente está chamando de investimento em tecnologia, isso basicamente é depreciação e Opex que a gente vai tendo ao longo do tempo. De fato, isso era o que estava implícito no *guidance* e o *guidance* foi feito imaginando, de fato, porque a gente consegue ter um grau de projeção bastante apurada aqui sobre o impacto na DNDJ, tá.

O quê que é importante aqui? Essa provisão que a gente está fazendo não tem nenhuma relação com o que foi feito no *guidance* do ano passado, é um assunto absolutamente novo, decisão que nós tomamos aqui ao longo deste trimestre de fazer um ajuste importante de simplificação na estrutura de atendimento e que requer, portanto, por não ser recorrente, uma provisão nova.

Eu quero reforçar esse ponto por 2 razões: primeiro, não estamos usando uma provisão não recorrente para estar melhor ou mais próximo do *guidance*, são eventos absolutamente diferentes; e segundo lugar, não teve nenhuma DNDJ deste trimestre que deveria estar no recorrente e que a gente lançou para esta provisão, porque são assuntos absolutamente diferentes. Então, nossa melhor expectativa é que esta provisão foi feita para uma reestruturação que será feita nos próximos 12 a 24 meses de forma não recorrente, portanto, é um projeto estruturante no melhor interesse de continuar avançando na agenda de eficiência do banco para os próximos anos, tá, sempre na lógica de abrir espaço no custo *core* para poder investir em desenvolvimento e poder investir em crescimento de negócio. Esse é o nosso grande objetivo.

**Marcelo Telles:** Tá ótimo. Claríssimo, muito obrigado!

**Milton Maluhy:** Tá bom? Obrigado você, obrigado pela pergunta, Marcelo. Um abraço.

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

**Milton Maluhy:** Olha, muito obrigado a todos aí pela participação, pelas perguntas, é mais uma vez um prazer enorme poder estar aqui com vocês hoje. Obrigado mais uma vez e, enfim, não custa reforçar: continuem aí protegidos, se cuidem, enfim, esperamos que essa pandemia passe logo e mais uma vez poder encontrá-los pessoalmente, tá bom? Obrigado a todos, um abraço.

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