



Itaú Unibanco
Resultados do Primeiro trimestre de 2018
2 de maio de 2018

Operadora: Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Itaú Unibanco Holding onde será discutido o resultado do primeiro trimestre de 2018.

No momento, todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e mais tarde será aberta a sessão de perguntas e respostas, primeiramente para analistas, investidores e profissionais do mercado financeiro, e em seguida exclusivamente para os profissionais da imprensa. Caso necessite de assistência durante a teleconferência, tecle “asterisco zero”.

Cabe lembrar que a teleconferência está sendo gravada e transmitida simultaneamente pelo site de relações com investidores www.itaub.com.br/relacoes-com-investidores, sendo que a transmissão de áudio é compatível com o Internet Explorer 9, ou superior, e com o Chrome, Firefox e dispositivos móveis (iOS 8 ou superior, e Android 3.0 ou superior). Os slides desta apresentação estão disponíveis no site.

Antes de prosseguir, esclareço que eventuais declarações feitas durante esta teleconferência sobre as perspectivas dos negócios, projeções e metas operacionais e financeiras são meras previsões, baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro do Banco. Essas 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 **Candido Bracher**, Presidente Executivo e CEO; **Caio Ibrahim David**, Vice-Presidente Executivo, CFO e CRO, e **Alexsandro Broedel**, Diretor Executivo de Finanças e Relações com Investidores.

Inicialmente o **Sr. Candido Bracher** apresentará o resultado do primeiro trimestre de 2018. Depois os executivos responderão às questões formuladas por telefone ou e-mail.

Agora eu passo a palavra ao **Sr. Candido Bracher**.

Candido Bracher: Bom dia a todos, obrigado por participarem da nossa teleconferência de resultados do primeiro trimestre de 2018.

Antes de falar sobre os nossos principais dados financeiros e o desempenho no trimestre, eu queria falar brevemente sobre o cenário macroeconômico e sobre as mudanças que houve no ambiente competitivo e regulatório neste período.

Neste primeiro trimestre, nós observamos a continuidade da tendência iniciada no segundo semestre de 2017 com o momento mais favorável na economia brasileira e a recuperação gradual da atividade econômica. Essa melhora é resultado direto da capacidade do Banco Central do Brasil de controlar a inflação, o que possibilitou novas reduções na taxa Selic. O ambiente econômico mais benigno levou a um aumento nos níveis de confiança de pessoas físicas e jurídicas, notadamente em pequenas e médias empresas, que continuaram mostrando aumento da demanda por crédito no período.



Além disso, o Banco Central do Brasil tem implementado uma série de medidas seguindo a sua agenda BC+, visando à redução das ineficiências do sistema financeiro, dentre as quais nós destacamos a recente medida relacionada aos depósitos compulsórios. A combinação destes fatores com a melhora da qualidade de crédito permite a redução gradual e sustentável dos *spreads*.

Já na arena competitiva, nós continuamos a ver aumento da concorrência, principalmente em função de novos entrantes e Fintechs. Nós gostamos de concorrência porque elas nos estimulam a buscar permanentemente a melhoria de nossos produtos e serviços visando sempre à satisfação dos nossos clientes.

No **slide 3**, agora, nós destacamos os principais números do desempenho do nosso resultado no primeiro trimestre. O lucro líquido recorrente atingiu R\$ 6,4 bilhões, o que resultou em um aumento no trimestre de 0,3 pontos percentuais no ROE recorrente, que atingiu 22,2%. No mesmo período, o ROE das operações do Brasil cresceu 0,2% e atingiu 23,7%.

Como vocês sabem, o primeiro trimestre, geralmente, é o trimestre mais fraco do ano para carteira de empréstimos, principalmente devido à carteira de cartões de crédito. Eu fico feliz em dizer que o impacto sazonal na nossa carteira de cartão de crédito foi menos pronunciado do que em anos anteriores e que, com exceção desta carteira e a de grandes empresas, todas as outras carteiras apresentaram crescimento no trimestre, o que levou a um aumento de 0,2% na carteira de crédito total no período. Essa evolução positiva é resultado da maior demanda dos nossos clientes por crédito.

Agora, olhando com mais detalhe os nossos resultados, nós apresentamos menor margem financeira com clientes, principalmente em função do menor número de dias corridos; apresentamos também as receitas de serviços e resultados de seguro diminuindo 3,4% no trimestre, principalmente por efeitos sazonais - vale destacar que ano contra ano teve um crescimento de 7,3% nestas receitas; e apresentamos uma contração da margem nas receitas... perdão, e a contração na margem nas receitas de serviços ela foi mais do que compensada pela redução do custo de crédito, devido ao menor índice de inadimplência no Brasil tanto em pessoas físicas quanto na carteira de pequenas e médias empresas.

Eu destaco também as menores despesas não decorrentes de juros, que apresentaram uma redução de 7,9% no trimestre.

Passando para o **slide 4**, onde a gente apresenta a demonstração de resultados do primeiro trimestre. Neste período a redução da margem financeira com clientes e das receitas de serviços foi mais do que compensada pela redução do custo de crédito e das despesas não decorrentes de juros, como eu mencionei no slide anterior. Quer dizer, nós tivemos uma queda no produto bancário, tivemos uma queda nas receitas de serviços também, mas que foi mais do que compensado por uma queda no custo de crédito, de 28% no ano contra ano, e nas despesas não decorrentes de juros, que também caíram 7,9% neste trimestre.

Isto tudo levou o primeiro trimestre a um aumento de 12,7% antes de IR e participações minoritárias, que depois dos impostos se tornaram um aumento de 2,2% quando comparado ao quarto trimestre. Eu destaco aqui que a gente está calculando o nosso imposto de renda a uma alíquota de 45%, ao mesmo tempo em que a gente está reconhecendo os nossos créditos tributários a uma alíquota de 40%, em linha com a legislação vigente.



No **slide 5** nós mostramos a evolução do nosso lucro líquido e do retorno recorrente dos últimos 7 trimestres. Os números aqui mostram a evolução positiva da nossa rentabilidade, especialmente quando comparado ao nosso custo de capital.

O **slide 6**, é o slide onde nós apresentamos o nosso modelo de negócios demonstrando o nosso resultado consolidado e a abertura desse entre as operações que possuem risco de crédito, incluindo as receitas de serviços relacionadas a elas, as operações de *trading*, as operações de seguridade e serviços e o excesso de capital em relação à exigência regulatória. E eu ressalto aqui que o capital alocado às atividades corresponde ao capital estabelecido pelo nosso apetite de risco e, como vocês sabem, indicam um nível 1 mínimo de 13,5%.

E nós vemos aqui que o nosso negócio de seguros e serviços continua a ser o principal impulsionador para a criação de valor, e neste trimestre, o negócio de crédito e criou valor. Vocês vêem na segunda coluna criou R\$ 0,2 bilhão de valor, principalmente como resultado do menor custo de crédito.

No **slide 7** nós apresentamos a abertura da nossa carteira de crédito. Nos últimos 3 meses, a carteira cresceu 0,2%. Na carteira de pessoas físicas, como eu mencionei anteriormente, a única carteira que apresentou contração foi a de cartões de crédito, devido à sazonalidade. Todas as outras linhas de crédito apresentaram evolução positiva. Esta tendência está relacionada à retomada da confiança do consumidor e resultou num aumento da demanda por crédito. Destaco também o aumento de 3,9% no crédito pessoal e de 0,7% no crédito imobiliário, além de mais um crescimento trimestral da nossa carteira de veículos, desta vez de 1,7%. A forte demanda também foi um fator determinante para o crescimento da carteira de micro, pequenas e médias empresas, que cresceu 1,9% no período.

Olhando para os últimos 12 meses, a carteira de créditos total cresceu 2,4%. Aqui a gente tem o impacto positivo da carteira de varejo do Citi no Brasil, mas, apesar desse efeito, a carteira cresceu 1,3%. Quer dizer, sem este efeito, a carteira teria crescido 1,3% ainda.

Isto aconteceu principalmente em função da carteira de varejo, em especial das linhas de crédito ao consumidor e, também, da carteira de pequenas e médias empresas. Por outro lado, nós observamos uma queda de 1,9% no trimestre na carteira de crédito para grandes empresas, fruto de uma demanda moderada, conforme a gente esperava. A principal razão para este movimento, nós acreditamos, está relacionada a um apetite saudável por dívidas no mercado de capitais, que permitiu que as empresas tivessem acesso a fontes de financiamento mais baratas e de prazos mais longos.

Muito bem, aqui na **página 8** nós estamos apresentando pela primeira vez, a evolução da nossa originação de crédito no Brasil. Isto não é algo que nós vamos mostrar todo trimestre porque não há tantas mudanças assim de trimestre a trimestre. Aqui nós estamos mostrando anualmente, o primeiro trimestre de cada ano. E o que nós podemos ver, sempre na base de 100, é que o ritmo de originação se manteve estável de 2014 para 2015 e caiu brutalmente 35%, em 2016. Continuou num nível muito baixo, crescendo apenas 7% em 2017, e este ano já está crescendo 17% em relação a 2017.

Quer dizer, nós estamos num nível que é 81% do nível de originação que nós tínhamos antes da crise, em 2015 e 2016. E isto é puxado, como a gente pode ver ao lado, pelo crédito de pessoas físicas, que está em 99% do que estava em 2014, ainda abaixo do que



foi em 2015, uns 10-12% abaixo do que foi em 2015, mas crescendo 31% em relação ao ano passado. E, também, as pequenas e médias empresas, onde originação de crédito está crescendo 27% neste trimestre em relação ao primeiro trimestre do ano passado.

Por outro lado, grandes empresas, a gente vê que está estagnado num nível que é 2/3, 66%, do que era em 2015 e 2016.

A explicação para essa queda na demanda de grandes empresas, além da reticência maior das grandes empresas com seus planos de investimento diante das inseguranças do cenário eleitoral, está no quadro ao lado, na emissão de títulos privados. A gente nota um crescimento enorme de 193% na emissão de títulos privados pelas empresas. Então, essa maior atividade no mercado de capitais, que está muito maior do que mesmo antes da crise, é o que explica em grande parte a menor demanda por crédito das grandes empresas.

Na **página 9**, a nossa margem financeira com clientes e a variação dela no primeiro trimestre quando comparado ao trimestre anterior. A gente vê aqui que as reduções da taxa Selic continuam impactando negativamente a nossa margem com passivos e o nosso capital de giro próprio, além dos nossos *spreads*.

Aqui eu gostaria de pegar com vocês este quadro de baixo. Em cima a gente vê margem financeira líquida ficando estável em 9,9% no banco como um todo e em 12% no Brasil. Em baixo, nós vemos a margem indo de R\$ 15,5 bilhões para R\$ 15,261 bilhões e em cada coluna nós explicamos os fatores. Eu acho interessante mostrar aqui que nós vemos, na coluna que tem o número negativo de R\$ 36 milhões, quer dizer, o impacto negativo da queda de *spreads* nos nossos resultados. Por outro lado, na coluna que tem R\$ 96 milhões, mix de produtos, a gente vê um impacto positivo do mix dos nossos produtos de crédito, que foi exatamente o que nós vimos na página anterior. Como os créditos para grandes empresas crescem menos do que os créditos para indivíduos e pequenas empresas e a margem é melhor dos créditos para indivíduos e pequenas empresas do que para grandes empresas, isto dá um impacto positivo no mix.

E a gente vê, por outro lado, que as grandes quedas aqui neste trimestre são R\$ 223 milhões, que é o fato de este trimestre ter uma menor quantidade de dias, e R\$ 220 milhões que é a rentabilidade do capital de giro próprio, fruto da queda da Selic.

Passando para a **página 10**, a gente mostra a evolução da nossa margem com mercado. Nós tivemos um trimestre positivo, um aumento de 20,9% quando comparado ao período anterior, alcançou R\$ 1,7 bilhão de reais. O desempenho aqui melhor do que esperado foi relacionado à carteira *trade*, que foi beneficiada pela volatilidade no período e, também, pelo ganho de R\$ 90 milhões de reais com a venda de ações e da B3.

Seguindo para o **slide 11**, a gente apresenta os nossos indicadores de inadimplência. Tanto o NPL de 90 dias quanto o NPL de 15 a 90 dias ficaram estáveis nesse trimestre. Apesar da estabilidade do NPL de 90 dias, nós destacamos a importante redução de 0,3% na carteira de pessoas físicas, e de 0,2% na de micro, pequenas e médias empresas no Brasil. Estas reduções foram compensadas por um aumento de 0,8% no percentual de grandes empresas. Esse aumento está relacionado à exposição de um único cliente, que no trimestre anterior estava no NPL de 15 a 90 dias, e esta exposição a este cliente já estava adequadamente provisionada.



O nosso NPL de 15 a 90 dias aumentou 0,2% no trimestre para pessoas físicas. Essa deterioração é sazonal e está relacionada à concentração de contas e despesas para pessoas físicas neste primeiro trimestre, são os impostos anuais sobre carros, moradia, gastos com educação e faturas de crédito no final de ano, entre outros. Mas é importante destacar que essa deterioração sazonal foi menor este ano do que a verificada nos 3 anos anteriores.

No **slide 12** a gente apresenta a evolução do nosso NPL *creation*, que aumentou no trimestre e atingiu R\$ 5 bilhões. Essa variação está relacionada aquele cliente que eu já mencionei, *corporate*, que emigrou de 15 a 90 para mais de 90 dias. Como a gente já mencionou, essa exposição já estava provisionada adequadamente. Eu destaco a linha pontilhada, indica o que seria o NPL excluindo este caso.

Agora, pelo lado positivo, o NPL *creation* da nossa carteira de varejo continua a melhorar nominalmente, diminuindo pelo terceiro trimestre consecutivo e atingiu, agora, o nível mais baixo desde 2012.

No **slide 13**, a gente apresenta a evolução das despesas de PDD e custo de crédito. A redução das nossas despesas de provisão para créditos de liquidação duvidosa nesse trimestre está relacionada, principalmente, à melhoria na qualidade de ativos da carteira de varejo do Brasil. A carteira de atacado no Brasil, apesar do pequeno aumento, continua a apresentar o desempenho esperado e, como eu mencionei anteriormente, o aumento do NPL de 90 dias não afetou os nossos resultados. É importante dizer que a relação entre o custo de crédito e a carteira de crédito atingiu 2,5% neste trimestre, o menor nível desde 2014.

Agora no **slide 14**, a gente apresenta o nosso índice de cobertura, que atingiu 236% nesse trimestre. Como a gente explicou anteriormente, este índice cai se uma empresa para qual a gente fez projeções para perdas esperadas de fato fique inadimplente, e o NPL se eleva sem impactar os nossos resultados. Foi este o caso neste trimestre. Quer dizer, uma empresa entrou em atraso, ela já estava provisionada, nós utilizamos esta provisão que ela já tinha para cobri-la. Aumentou o denominador, portanto, cai o índice de cobertura, sem impacto aos nossos resultados.

No longo o prazo, este índice poderá diminuir não apenas por isso, mas também nos casos em que as empresas para as quais a gente fez provisões preventivas, nos casos em que elas melhorem e a gente possa reverter essas provisões. Neste último caso, haverá um impacto positivo nos nossos resultados.

Mas no curto prazo, o índice de cobertura pode voltar a subir temporariamente se nenhum destes 2 eventos se materializar e se o saldo de 90 dias reduzir. Em resumo, enfim, a tendência de longo prazo deste índice é de se reduzir, mas ele pode oscilar no curto prazo em função destas movimentações, especialmente na carteira de atacados.

No **slide 15**, receitas de serviços e resultados de seguros, nós observamos que elas diminuíram 3,4% em relação ao trimestre anterior. Esse desempenho foi resultado, principalmente, da queda de 6,2% nas receitas com cartões de crédito, impactadas sazonalmente pela redução de 19,8% das receitas com assessoria financeira e corretagem relacionados ao nosso banco de investimento que, apesar do bom volume de operações no primeiro trimestre, ainda ficou abaixo do nível recorde que tinha sido verificado no último trimestre do ano passado.



Essas reduções foram parcialmente compensadas pelo aumento de 6,5% das receitas de administração de fundos associadas ao crescimento do saldo da carteira administrada e maiores receitas com performance, e também pelo aumento de 3,1% das receitas de serviços de conta corrente, devido ao maior volume de transações e quantidade de clientes.

Aqui, antecipando uma pergunta que foi feita na conferência em inglês, a gente vê que a variação anual de receitas e serviços positiva foi de 7,3%. Se não tivesse o Citibank teria sido 5,1%, o crescimento de receita.

No **slide 16**, as despesas não decorrentes de juros, a gente mostra uma redução de 7,9% nestas despesas no trimestre relacionadas, principalmente, à sazonalidade típica do período. Eu queria destacar também o nosso desempenho anual nesta linha. Excluindo o impacto da consolidação da operação do Citibank e as despesas das nossas operações na América Latina, o crescimento anual das despesas não decorrentes de juros foi de 1%. Esta variação foi 1,7% abaixo da inflação do mesmo período, demonstrando mais uma vez a nossa disciplina no controle de custos.

Passando agora no **slide 17**, eu vou falar sobre os nossos índices de capital. Como vocês vêem aqui que, após a gente ter reduzido o nosso capital nível 1 de acordo com a nossa política declarada para 13,5% após o pagamento de dividendos, a gente encerrou o trimestre com 14,5% de nível 1 devido ao impacto do lucro do primeiro trimestre e à emissão de capital adicional nível 1 que nós fizemos em março de 18 e que ainda está pendente de aprovação do Banco Central do Brasil.

É importante dizer que o capital adicional nível 1 que a gente tinha emitido em dezembro de 17 foi aprovado pelo Banco Central.

No **slide 18**, eu queria apresentar, além da divulgação dos nossos resultados, a distribuição do valor adicionado pelo banco no trimestre. Neste período, nós adicionamos R\$ 17,4 bilhões de reais à sociedade, o que ajudou a impulsionar a economia e a estimular o poder de transformação de milhares de pessoas. Desse valor todo, 14% foram destinados aos nossos mais de 120.000 acionistas diretos e mais de 1 milhão de acionistas indiretos no Brasil através de fundos de investimentos; 32% para impostos, taxas e contribuições; 28% para os nossos colaboradores e 24% para reinvestimentos na nossa operação.

Eu com isto concluo a minha apresentação e nós podemos passar para as perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas primeiramente para analistas e investidores e profissionais do mercado financeiro, e a seguir teremos uma sessão de perguntas e respostas exclusiva para profissionais de imprensa.

Para fazer uma pergunta, por favor, digite asterisco um. Para retirar a pergunta da lista, digite asterisco 2.

Nossa primeira pergunta vem de Eduardo Nishio, Plural.



Eduardo Nishio: Bom dia, obrigado pela oportunidade. Eu tenho 2 perguntas. A primeira é em relação a dividendos. Se tudo sair como o *guidance* de vocês, no meio do *guidance* planejado, eu queria saber se vocês conseguem manter o mesmo nível de *payout* que foi do ano passado, de 70%, se é possível manter este nível alto de *payout*.

E a minha segunda pergunta em relação à inadimplência, se vocês pudessem dar um pouco mais de cor, principalmente em LATAM, como é que está indo a inadimplência, por que que subiu, está subindo tanto. E principalmente num período mais longo, né, se você pegar 2014, vocês basicamente dobrar a inadimplência. Eu queria saber como é que vocês pretendem controlar isso.

E, por o outro lado, no Brasil a gente está vendo uma convergência talvez para níveis um pouco mais internacionais, a inadimplência está chegando aos patamares de 3,1%. Mesmo assim, é quase o dobro lá de fora, do que vocês têm na América Latina. Eu queria saber se dá para vislumbrar um Brasil convergindo para patamares um pouco mais baixos, pelo menos um pouco acima de LATAM no médio e longo prazo. Obrigado.

Candido Bracher: Obrigado pelas perguntas, Nishio. Primeiro, quanto a dividendos e a *payout*, só para reafirmar, que dizer, nós não temos nenhum objetivo de *payout*. O nosso objetivo é de capital nível 1, é de manter este capital nível 1 em 13,5%. É fazer ele voltar a 13,5% no início de cada ano levando em consideração sempre, quer dizer, as perspectivas de investimentos que haja para o ano, as perspectivas de expansão da carteira, eventual perspectiva de mudança regulatória que impacte o nosso capital.

Então, feitas provisões para isto tudo, nós distribuimos os dividendos de tal maneira que o capital fique no nível de 13,5%, que é o nível do nosso apetite de risco.

Olhando nosso *guidance* para este ano, você pode fazer as contas e ver, enfim, quanto é que é o *payout* esperado, enfim, não queria mencionar porque esse não é um compromisso nosso. A gente olha, de novo, para o capital e não para *payout*.

Com relação à inadimplência. Então, a inadimplência no Brasil continua melhorando, está atingindo níveis bastante bons, a gente não vê uma tendência ainda de interrupção desta melhora, mas a medida que a gente vai se aproximando de níveis tão bons assim, a gente se imagina que o ritmo de melhora deva se reduzir proximamente.

Com relação à América Latina, quer dizer, na América Latina a inadimplência nesse trimestre está mais relacionada com o caso específico de uma empresa na Colômbia. Eu acho importante lembrar que nós estamos aqui completando o segundo ano da fusão com o CorpBanca no Chile e que ainda tem a subsidiária na Colômbia e nós estamos no *ramp-up*, enfim, estamos no processo de melhora que se segue a toda a fusão. Enfim, é um processo trabalhoso a gente está bastante contente com os progressos alcançados nesse processo. Já no primeiro trimestre deste ano nós tivemos um nível de resultado bastante satisfatório, tivemos no Itaú CorpBanca US\$ 70 milhões no trimestre, de maneira que nós estamos, enfim, confiantes que vamos melhorar o desempenho na América Latina, inclusive na inadimplência.

Eduardo Nishio: Perfeito, muito obrigado.

Operadora: A próxima pergunta vem de Olavo Artuso, Santander.



Olavo Artuso: Olá a todos, obrigado pelas perguntas. Candido, a minha primeira delas é em relação ao business de adquirência. Vimos recentemente a estréia com investimentos pesados em marketing de um de seus competidores focando na venda do POS ao invés do aluguel. E neste trimestre a Rede apresentou de novo uma queda aí no número de POS. E o que você pode compartilhar com a gente sobre a estratégia da Rede na venda de POS?

E, também, se puder falar um pouquinho sobre o futuro do aluguel, se vocês acreditam que este modelo irá ser praticamente substituído pela venda. Obrigado.

Candido Bracher: Obrigado Olavo. De fato, como já tenho falado em conferências anteriores, enfim, provavelmente o mercado mais desafiador que a gente enfrenta é o mercado de adquirência. É um mercado onde a concorrência vem aumentando muito, não só o impacto de novas entrantes, mas também, enfim, competição por preço.

Deixa eu dividir o mercado de adquirência em 2 mercados. Um, aquele dos *merchants*, das empresas, enfim, pequenas, médias e grandes; e outro das microempresas. Nesse mercado das microempresas é um mercado em que nós não atuamos, é um mercado onde se dá mais usualmente a venda das máquinas ao invés de aluguel pela maior parte dos concorrentes, e é um mercado, alguns concorrentes têm explorado de uma forma muito boa e você mencionou aí alguns atacando esse mercado. Esse é um mercado que nós estamos estudando, enfim, estamos avaliando a conveniência de entrar e, em entrando, se com aluguel ou com venda de máquinas. Então, isso está em discussão aqui dentro.

No mercado mais tradicional, que é o mercado das pequenas empresas para cima, enfim, nesse mercado a nossa atuação tem sido de, por um lado, intensificar muito a integração dos nossos produtos como os produtos de correntistas, enfim, fazer um produto mais combinado para esses clientes, e isso está dando bons resultados, e, por outro lado, aumentar e treinar a força de vendas para os clientes não correntistas, para os clientes de mar aberto. E essa é uma estratégia que nós estamos contentes com os resultados que estamos obtendo na medida em que, enfim, a gente nota que começa a arrefecer esta tendência de perda de mercado que a gente vem notando.

Olavo Artuso: Entendi, está ótimo. Obrigado Candido. E se me permitir a segunda, é até bem rápida, é sobre o futuro das agências físicas. A gente está vendo que um de seus concorrentes privados ao invés de fechar ele está com o discurso de abrir mais filiais, mas mudando um pouco a abordagem em relação aquele antigo modelo, oferecendo uma nova experiência para o cliente, excluindo aquele corpo rígido de seguranças, retirando a porta giratória e apresentando aos clientes um ambiente mais limpo dentro das agências.

Então, eu só queria saber de você qual é a estratégia do banco aqui em relação ao futuro das agências físicas do Itaú? Se você pudesse compartilhar o *update* aí sobre este assunto seria ótimo. Obrigado.

Candido Bracher: Olha, Olavo, enfim, a nossa estratégia é focada na satisfação dos nossos clientes. Então, as agências são um instrumento para obter esta satisfação que a gente espera que seja crescente dos nossos clientes. Na medida em que os clientes frequentam menos a agência e vão precisando menos das agências, nós vamos atendê-los através de outros canais e as agências, as que não forem necessárias, serão fechadas, mas o esforço inicial é esse de transformação da agência para inclusive complementar através das agências este atendimento digital aos clientes.



Nós temos estudado inúmeros formatos de agência, temos, enfim, visitado concorrentes fora do Brasil, e estamos, enfim, trabalhando intensamente aqui para ver a evolução do formato de agências, que vai um pouco nesta linha que você mencionou.

Olavo Artuso: Entendi, está ótimo. Obrigado, viu, Candido.

Candido Bracher: De nada, Olavo.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem de Jorg Friedemann, Citibank.

Jorg Friedemann: Obrigado. Primeiro, queria só fazer um *follow-up* nesse ponto das agências. Eu também perguntei no call em inglês. Só para entender, dado este primeiro ajuste que já aconteceu há alguns anos com redução de número de agências, vocês acreditam que vão manter o nível de agências mais ou menos inalterado aí no curto prazo?

E a minha segunda pergunta, eu entendi toda a explicação sobre como vocês estão fazendo a abordagem em relação às provisões complementares para perda esperada, mas a gente viu por diversos motivos, como foi mencionado, dado que teve utilização de algumas das provisões que já tinham sido feitas para empresas que de fato viram uma deterioração na qualidade, assim como existe também a possibilidade de ter alguns *upgrades* de *rating*, esta provisão complementar/para fianças bancárias saiu de um nível de R\$ 10,8 bilhões para acho que está em torno de R\$ 9,8 aí no último número. Vocês têm algum nível destas provisões em que vocês se sintam mais confortáveis de manter, ou vai tudo depender do modelo de perda esperada sem ter necessidade de manter um nível de conforto com estas provisões? Obrigado.

Candido Bracher: Jorg, obrigado pela pergunta. Com relação às agências, no curto prazo a gente não prevê uma redução significativa do número de agências. Com relação às provisões, quer dizer, essas provisões complementares ou prudenciais, elas devem variar bastante de volume conforme os tempos. Quer dizer, em época de crise, em épocas que a gente vê perspectivas mais difíceis para a economia, é natural que essas provisões cresçam. E em épocas em que o mercado está bem e que as perspectivas para as empresas são boas, e aqui a flutuação destas provisões se dá principalmente no mercado de atacado, tá, enfim, no mercado de varejo essas provisões complementares são feitas por modelo e aí não varia tanto assim. Ou melhor, varia, mas é o modelo que determina. E segue mais ou menos a mesma linha. Quando você tem perspectivas de piora na economia, você olha para determinadas empresas e diz: “a economia piorando esta empresa aqui poderá ter dificuldade; justifica uma provisão prudencial”.

Então, não dá para dizer qual é o nível absoluto de valor que eu me sinto confortável porque o mesmo nível pode estar sobrando numa economia saudável e estar insuficiente se a gente vê um cenário mais difícil pela frente.

Com as perspectivas econômicas que nós vemos hoje, a gente acredita que este nível de provisão que a gente fez, mas num período de crise, deve se reduzir. E como eu tenho dito, então ele se reduzirá por dois fatores principalmente: seja porque as precauções que nós tínhamos tomado em relação a estas empresas eram justificadas, elas acabam entrando em atraso e nós utilizamos a provisão; ou as empresas tiveram um desempenho melhor do que aquele que a gente temia e nós podemos fazer um *upgrade* dessas empresas e reverter as provisões.



Então, por um efeito ou por outro, o nível de cobertura deve cair tendo por base um cenário benigno econômico, quer dizer, perspectivas de bom desenvolvimento econômico à frente. Naturalmente, se advier uma grande crise ou alguma coisa assim, a gente imagina que este nível de provisão talvez não caia e fique por aí.

Jorg Friedemann: Perfeito, muito obrigado.

Candido Bracher: Obrigado.

Operadora: A próxima pergunta vem de Rafael Frade, Bradesco.

Rafael Frade: Bom dia. Eu queria fazer um *follow-up* na questão da originação da carteira de crédito. Como você bem colocou, Candido, a originação está de volta aí para níveis, próximos aos níveis de antes da crise, só que eu queria entender se a gente está eventualmente comparando coisas um pouco diferentes. Eu entendo que lá vocês reduziram bastante o apetite a risco, então eu imagino que, por exemplo, uma linha de financiamento para veículos possivelmente aumentou o *down payment*, a entrada do financiamento, reduziu prazos, e eu queria entender o quanto que isso evoluiu.

Eu entendo que talvez a gente hoje está com um nível de originação parecido do que era lá atrás, mas ainda com um nível de restrição maior do que era lá atrás, e aí a pergunta seguinte é, como você bem colocou na introdução, está um cenário econômico mais favorável do que talvez 6 meses atrás? O custo de capital de vocês, vocês estão vendo um custo de capital mais baixo? O que que é talvez que falta para vocês estarem reduzindo um pouco mais estas restrições e acelerar ainda mais a originação?

Candido Bracher: Rafael, olha, os parâmetros de concessão de crédito nosso, enfim, os parâmetros do apetite, como eu falei, não mudaram recentemente o que está por trás dessa melhora significativa na qualidade de crédito. E a melhora na originação vem da maior atividade econômica. Como você vê, está uma melhora bastante robusta na originação sem que seja necessário, enfim, a gente mudar estes parâmetros.

Uma coisa que mudou, e que eu mencionei na conferência em inglês, não sei se ficou claro, a qualidade dos nossos modelos de crédito está evoluindo bastante. Então, os modelos de crédito são capazes de perceber elementos nos devedores, fatores que permitem você fazer empréstimos para pessoas que você não faria antes. Não faria, não porque elas não merecessem o crédito, mas porque você não conseguia ter informações fidedignas suficiente para conceder o crédito e que agora nós passamos a ter. Isso eu acho que, enfim, especialmente em pessoas físicas e pequenas e médias empresas têm sido um fator importante.

Quanto a diminuir, enfim, aumentar o apetite por risco, não é uma coisa que nós estamos prevendo fazer no curto prazo porque a gente acha que a gente está com o apetite de risco adequado. Não é porque a gente acha que tem perspectivas de crise, não, mas é o apetite de risco no qual a gente gosta de trabalhar.

Já desde 2012 a gente vem nessa tendência, portanto, muito antes da crise a gente vem esta tendência de migrar para linhas de menor risco e de fugir um pouco dos produtos com taxa... não estimular muitos produtos com taxa de inadimplência muito alta, porque embora estes produtos possam ser rentáveis a volatilidade do resultado deles é maior do que aquela que nós gostamos de ter nos nossos resultados.



Rafael Frade: Perfeito Candido, obrigado.

Candido Bracher: Obrigado.

Operadora: Com licença, lembrando que para fazer perguntas basta digitar asterisco um. Obrigada.

Com licença, encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas e a teleconferência com analistas e investidores e profissionais do mercado financeiro.

Pedimos aos profissionais de imprensa que aguardem na linha, pois em instantes iniciaremos a sessão de perguntas e respostas exclusiva aos jornalistas.