



Camila Stolf: Bom dia a todos! Eu sou Camila Stolf, Head de Relações com Investidores e Inteligência de Mercado no Santander Brasil. Eu gostaria de dar as boas-vindas e agradecer a todos por participarem da nossa videoconferência do primeiro trimestre de 2023.

Este evento está sendo transmitido ao vivo do estúdio de nossa sede corporativa em São Paulo e vamos dividi-lo em três segmentos.

No primeiro, o nosso CEO, Mario Leão, irá discutir as principais estratégias por trás de nosso crescimento, assim como os principais destaques do trimestre.

Na segunda parte, Gustavo Alejo, nosso novo CFO com mais de 20 anos de experiência na organização, apresentará nossos resultados do primeiro trimestre.

Então, no último segmento, faremos a sessão de perguntas e respostas, na qual analistas terão a oportunidade de engajar diretamente com a nossa liderança.

Antes de começar, eu gostaria de dar algumas instruções para aproveitarem ao máximo a reunião de hoje.

Este evento conta com tradução simultânea em português, sendo possível escolher entre inglês e português como idioma de sua preferência. Para fazer uma pergunta durante o Q&A, basta clicar no ícone de mão na parte inferior da tela.

Dito isso, gostaria de passar a palavra ao Mario Leão, que iniciará a apresentação.

Por favor, Mario, pode prosseguir.

Mario Leão: Obrigado, Camila. Bom dia a todos! Obrigado por estarem aqui na divulgação de resultados. É um prazer estar aqui novamente.

Atingimos um lucro líquido de R\$ 2,1 bilhões no trimestre, representando um aumento de 27% em relação ao trimestre anterior e resultando em um ROE de 10,6%. Nossa performance continua sendo influenciada pelas altas taxas de juros e seletividade de clientes.

Vale ressaltar que tivemos um evento pontual positivo que nos permitiu fortalecer nosso balanço por meio do provisionamento de portfólios específicos.

Nossa abordagem de seletividade de crédito, que adotamos desde o quarto trimestre de 2021, continua a impulsionar o crescimento entre os clientes com melhor perfil de *rating* e produtos com maior garantia, beneficiando a margem líquida das novas safras. Mesmo com esta nova abordagem, conseguimos expandir nosso portfólio e, até mesmo, aumentar a originação em patamares superiores ao do mercado em alguns produtos,

como crédito consignado. Ao mesmo tempo, capturamos oportunidades de mercado no segmento de grandes empresas. Seguimos comprometidos com o controle de custo e a produtividade, nos permitindo manter uma operação eficiente, um pilar da cultura Santander.

Ao longo deste ano, continuaremos a priorizar os negócios estratégicos que compartilhamos desde o último trimestre e que serão abordados com mais profundidade posteriormente. Além disso, queremos aumentar ainda mais a vinculação de nossos clientes, para diversificar nossas receitas, seja pela expansão do nosso negócio de alta renda ou da construção de novas alavancas de crescimento, que também discutiremos durante a apresentação.

No slide 5, destacamos o fortalecimento do nosso balanço. Durante as últimas apresentações, mostramos a boa performance das novas safras de crédito. Atualmente, como vocês podem ver, estas safras representam 54% de nossa carteira; e, conforme se tornam mais relevantes a cada trimestre, permitem que nosso balanço fique mais sólido para expandir o portfólio de uma forma saudável. Nossa carteira de crédito colateralizada de pessoa física segue em patamar elevado, alcançando 65% no trimestre e, portanto, garantindo um portfólio sólido.

Nossos negócios estratégicos avançaram como planejado. As novas safras dos financiamentos de veículos nos permitiram crescer o produto de forma saudável nos últimos 12 meses, apesar do cenário macroeconômico. Em crédito consignado, melhoramos a experiência do cliente, expandindo a digitalização de convênios, acarretando uma originação de crédito a uma velocidade sem precedentes, superando o mercado. E, finalmente, apesar de um cenário mais desafiador para captação, permanecemos comprometidos e aptos a crescer em crédito imobiliário, dado que esse produto permite altos níveis de vinculação de clientes e qualidade da carteira.

O slide 6 apresenta maiores detalhes sobre a performance positiva das novas safras de crédito. Nas linhas de crédito em que vemos uma maior pressão de inadimplência, nosso índice aumentou, em média, 100 pontos base a menos que o sistema. Em cartões, por exemplo, o mercado teve um aumento de 274 pontos base na inadimplência nos últimos 12 meses, enquanto nós tivemos um aumento de 117 pontos – menos da metade.

Em crédito pessoal, nossa inadimplência aumentou 144 pontos bases a menos que o mercado e, em veículos, 31 pontos abaixo do setor. O centro do slide ilustra como melhoramos nossa nova safra. É importante levar em consideração que essa safra é parte das originações do ano passado, quando passamos a adotar uma abordagem de crédito mais seletiva. A safra nova possui um índice NPL 90 de 80 pontos base a menos que as safras antigas, que corrobora com o que falei anteriormente – à medida que essa safra fica mais relevante, geramos um ambiente mais propício para um crescimento saudável.

Assim, o NPL de curto prazo é bem mais baixo do que o visto no fim de 2021. À direita do slide, podemos observar que a absorção de perda de novas safras tem melhorado a cada trimestre, apesar da pressão na qualidade dos ativos que permeia o mercado. Essa tendência favorável suporta nossa seletividade de crédito e demonstra a efetividade dos nossos modelos de risco, possibilitando estar à frente do mercado no ciclo atual.

No slide 7, compartilhamos os pilares que impulsionarão nosso crescimento futuro. Continuamos focados em melhorar continuamente a experiência do cliente, investindo principalmente em suporte pós-venda, que irá levar a uma transacionalidade ainda maior, enquanto mantemos o nosso compromisso de fornecer conveniência 24h por dia e 7 dias da semana para nossos clientes via disponibilidade e integração de nossos canais e ecossistema. Mais adiante, destacaremos os negócios e as alavancas de crescimento que nos permitirão impulsionar nossas receitas sem comprometer a cultura que temos de eficiência.

No slide 8, compartilhamos algumas métricas que confirmam que estamos no caminho correto, melhorando a experiência do cliente e aumentando a transacionalidade consistentemente. Temos grandes oportunidades dentro da nossa base de clientes, e focaremos ainda mais na centralidade do cliente esse ano. A nossa base de clientes vinculados cresceu 3% nos últimos 12 meses, com forte crescimento em clientes vinculados no segmento de alta renda. Nosso ecossistema continua gerando oportunidades para aquisição de clientes.

Apenas no último trimestre nossa Financeira foi responsável por 119 mil novos clientes para o banco; enquanto nosso negócio de microcrédito, o Prospera, agregou 75 mil clientes; e a folha de pagamento, 235 mil clientes - adicionando quase 500 mil novos clientes no trimestre. Temos uma grande oportunidade em nosso ecossistema: aproximadamente 14,5 milhões de monoprodutistas para quem podemos fazer o *cross-sell*. No que diz respeito ao *Open Finance*, recebemos quase o dobro de consentimentos que enviamos, o que resultou em upgrade de ratings para 333 mil clientes pessoas físicas e uma geração de R\$ 134 milhões em empréstimos.

O melhor entendimento de nossos clientes nos permite implementar modelos de precificação dinâmicos e personalizados, e temos focado altamente nisso. Hoje, 88% das nossas ofertas utilizam CRM personalizado, representando um aumento de 17 pontos percentuais nos últimos 12 meses. Essa estratégia é refletida na maior recorrência na utilização de nossos serviços, como evidenciado pelo *share of wallet* de nossos principais produtos, como cartões de crédito.

O slide 9 detalha nossa estratégia orientada para a satisfação do cliente. Nosso segmento de alta renda, Select, que passou por uma reformulação no último ano, é um de nossos focos. O crescimento desse negócio permite maior diversificação de receitas e menor sensibilidade aos ciclos de crédito. Estamos trabalhando em pilares como serviços especializados e, também, conveniência por meio de uma experiência do cliente

customizada e aprimorada. Esses pilares têm dado resultados, já que agora temos 834 mil clientes no Select, um aumento de 36% em 12 meses; e estamos chegando à nossa ambição pública de 1 milhão de clientes no fim do ano.

Adicionalmente, os empréstimos para esse segmento cresceram 16% em 12 meses, se traduzindo em um aumento de 25% em receitas durante o período. A melhora na experiência dos clientes se refletiu no NPS, que atualmente está em 62 pontos – um aumento de 3 pontos percentuais em relação ao ano passado. Em março, o nosso NPS de pessoas físicas ficou em 53 pontos. Sabemos que ainda temos muito a melhorar nessa área e estamos constantemente trabalhando nisso.

Nesse trimestre, também estamos demonstrando a satisfação de nossos clientes em nossos diferentes canais, com o canal físico se destacando com um NPS de 72 pontos, um aumento de 4 pontos em relação ao ano passado. Embora esses resultados ainda não estejam em patamares que desejamos, constantemente tomamos decisões em linha com nossa estratégia para melhorar o cenário, como veremos nos slides a seguir.

No slide 10, destacamos nossa vasta capilaridade, advinda de nossa presença extensiva, seja pelas nossas lojas, pelo Prospera (nosso segmento de microcrédito), ou pontos de venda. O valor da proximidade física para públicos específicos é refletido no crescimento dos negócios nessas localizações. Atualmente, estamos presentes em 59% dos municípios brasileiros, que representam 92% do PIB nacional – assim, abrangemos uma parte significativa da atividade econômica do país. A nossa rede comercial consiste em aproximadamente 3 mil lojas, todas com um alto fluxo de visitas por mês, criando diversas oportunidades de negócio. Durante o trimestre, abrimos 5 novas lojas em locais onde ainda não tínhamos presença.

Além disso, continuamos implementando nossa estratégia de otimização, unificando lojas com convergência de cobertura, o que resulta em modelos mais enxutos. Nossa rede do Prospera possui hoje 1.400 agentes, um crescimento de 209% nos últimos 12 meses. Por meio desse negócio, atendemos atualmente 1 milhão de clientes em 1.700 municípios por todo o Brasil, representando uma carteira de cerca de R\$ 3 bilhões. O NPS do Prospera de 84 pontos, que está aumentando consistentemente com o tempo, é um indicativo da qualidade do serviço que oferecemos.

Por fim, no canal externo, possuímos 21 mil pontos de vendas, um aumento de 16 mil em apenas 12 meses, graças a uma expansão substancial da nossa parceria com correspondentes bancários. Em somente um ano, aumentamos a nossa cobertura em quase 1.800 cidades, com esse canal gerando atualmente aproximadamente R\$ 2 bilhões em volume de empréstimos por mês.

No slide 11 demonstramos a nossa dedicação em oferecer conveniência aos nossos clientes a todo momento, sete dias por semana, por meio da disponibilização e integração dos nossos canais. Hoje, os clientes do Santander Brasil podem escolher

serviços automatizados ou humanos, tudo com o suporte da nossa abordagem analítica para personalizar sua experiência e melhor atender às suas necessidades específicas. Nosso canal digital permanece sendo o principal meio para as transações, além de ser uma operação vital de distribuição de vendas. Praticamente 97% das transações do banco são realizadas por esse canal, resultando em 11 milhões de contratos no primeiro trimestre. Notem a nossa melhoria no processo de abertura de conta, com redução de 82% do tempo.

Por fim, o nosso canal remoto tem se tornado cada vez mais crucial para a interação humana fora do horário comercial, com 50% dos serviços prestados aos clientes acontecendo nesse período. Esse canal gerou R\$ 4 bilhões em crédito somente nesse trimestre, 44% de crescimento em 12 meses. Também atingimos um índice de resolução na primeira chamada de 96%, o que representa um aumento de 15 pontos percentuais nos últimos dois anos.

Os slides 12 e 13 mostram *insights* das áreas onde nosso crescimento será concentrado nos próximos trimestres. Consistente com o nosso objetivo de expandir o segmento de alta renda e alinhado com a estratégia do grupo, destacamos o *Wealth Management* – cuja estratégia envolve a iniciativa AAA, que divulgamos no trimestre anterior e que avança muito rapidamente. Terminamos o trimestre com quase 900 consultores e até junho teremos 1.300.

Em março, alcançamos R\$ 1 milhão de captação líquida por assessor por mês. Ao mesmo tempo, a Toro (nossa corretora digital) continua a crescer exponencialmente, chegando a 1,3 milhão de contas, um aumento de 40% nos últimos 12 meses. Seus ativos sob custódia alcançaram R\$ 14 bilhões, um recorde, expandindo impressionantes 75% desde o ano passado. No *Private Banking*, alavancamos nossa *expertise* global para impulsionar operações locais robustas. Nossa captação líquida foi de R\$ 13 bilhões nesse trimestre, crescimento de mais 200% no ano, enquanto a receita cresceu 20%. Fomos reconhecidos como o melhor *Private Banking* Internacional do Brasil e o melhor *Private Banking* da América Latina, bem como o melhor em Sucessão Patrimonial, pela Euromoney.

Em seguros, estamos dedicados em construir um ecossistema de referência. Chegamos a R\$ 2,5 bilhões em prêmios emitidos no trimestre, um aumento de 3% em relação ao ano passado. Temos uma forte presença no ramo de pessoas, com 11% de participação de mercado em prêmios, e em seguros de acidente pessoal, com 13% de participação.

O Santander Auto e o Auto Compara, nossas *insurtechs*, são dois exemplos da robustez do nosso ecossistema. Nesse trimestre, chegamos a 27% de índice de penetração em financiamento de veículos e quase R\$ 200 milhões de prêmios emitidos no Auto Compara.

No próximo slide, compartilhamos métricas referentes à evolução de alguns negócios estratégicos. Estamos comprometidos a nos estabelecer como a principal plataforma para os clientes PJ – empresas. Em março de 2023, nossa carteira PJ chegou a R\$ 204 bilhões, 15% no ano, com 1,3 milhão de cliente ativos.

Em PMEs, destacamos aquisições de novos clientes e o aumento de transacionalidade, resultando em maiores receitas, principalmente em *cash management* e consórcios. O total de receitas do segmento cresceu 12% no ano.

No Atacado, continuamos expandindo nossa presença geográfica e nosso time de profissionais especializados, aproveitando a singularidade de cada região do Brasil. Nos alavancamos por meio de oportunidades de *cross-selling*, gerando rentabilidade, o qual levou a um crescimento de receitas de 11% no trimestre no segmento.

Em Cartões, mantivemos uma estratégia seletiva com foco no cliente com melhor perfil de risco, com 97% das novas aquisições sendo clientes do banco. Alinhados com o nosso compromisso de entregar a melhor experiência ao cliente, firmamos parceria com o Google Pay, consolidando assim a nossa presença nas principais carteiras digitais do mercado.

Na Financeira, permanecemos como líderes de mercado com share de 22% de carteira de veículos. Durante o primeiro trimestre, produzimos 206 mil contratos de veículos, crescimento de 4 pontos percentuais no ano, sendo 81% deles nos maiores *ratings*. Nosso esforço para construir um portfólio cada vez mais seguro se traduzem no LTV do nosso portfólio de veículos, que chegou a 49%.

Em Consignado, nossa carteira de crédito alcançou R\$ 62 bilhões e a produção apresentou crescimento superior ao do mercado. Seguimos focados na digitalização e rentabilização de convênios, com 77 digitalizados e 94 originados no trimestre. Essas iniciativas estão alinhadas com a nossa ambição de chegar a R\$ 75 bilhões de portfólio até o fim deste ano.

No slide 14, cobrimos a nossa cultura de inovação e eficiência. Estamos sempre buscando formas de aperfeiçoar as nossas ofertas e processos, com o objetivo de melhorar a produtividade. Temos conseguido aumentar o número de transações financeiras e, ao mesmo tempo, reduzir o custo por transação. Adicionalmente, nosso custo de servir de clientes digitais atingiu R\$18,7, redução de 17% no ano.

Nossas lojas têm dedicado 81% do tempo às atividades comerciais para a geração de negócios, resultado da consolidação da F1RST e Tools no nosso ecossistema tecnológico, com 90% dos nossos negócios em *Cloud* e 88% das novas implementações acontecendo em tempo real. Ainda, de acordo com o Downtdetector, chegamos a 99,86% de disponibilidade de serviços no primeiro trimestre.

No slide 15, depois de falar das nossas estratégias de crescimento, gostaria de passar a palavra ao Gustavo Alejo, o nosso novo CFO, que vai falar dos pontos principais do primeiro trimestre. Obrigado.

Gustavo Alejo: Obrigado, Mario! É um prazer estar aqui com vocês na minha primeira videoconferência de resultados.

Vamos começar com o slide 16, no qual mostramos um detalhamento do nosso P&L. Nossos resultados continuam refletindo o estágio atual do ciclo de crédito, com receitas sendo impactadas pela nossa seletividade de crédito e provisões sendo afetadas pelas safras antigas. Chegamos a um lucro líquido de R\$ 2,1 bilhões no primeiro trimestre, um aumento de 27% em comparação ao trimestre anterior.

É importante notar que a nossa margem financeira está sendo impactada há cinco trimestres pela seletividade de crédito e a sensibilidade negativa à taxa de juros. Mesmo que esse processo não esteja completo, a sensibilidade às taxas de juros mostra sinais de que a reprecificação do *banking book* já está acontecendo, e é esperado que a margem de mercado apresente gradualmente uma melhora ao longo do ano.

Em comissões, observamos uma queda em relação ao trimestre anterior. Movimento já esperado dado que o final do ano é um período de sazonalidade em que há tipicamente um alto volume de transações e, conseqüentemente, uma performance melhor.

No que diz respeito às provisões para crédito, elas continuam em patamares altos, reflexo das nossas safras antigas, aumentando 47% no ano, apesar da queda de 8% no trimestre.

Apesar de pressões inflacionárias, os gastos caíram no trimestre. Eficiência continua sendo uma prioridade e é evidenciada pelo nosso índice de 40,8% no trimestre.

Um destaque muito importante do trimestre foi a reversão de provisões para contingências fiscais no valor de R\$ 4,2 bilhões, que afetou a linha de "Outros". Neutralizamos o efeito positivo constituindo mais provisões para fortalecer ainda mais o nosso balanço. A convergência de todas essas variáveis levou a um ROAE de 10,6% no trimestre.

Agora, seguindo para o slide 17, podemos analisar mais profundamente nossa margem. Nossa margem de clientes cresceu 3,3% no trimestre devido à combinação de três fatores: a expansão da nossa carteira de crédito; melhores resultados de captação, ocasionados por um crescimento de volume e um CDI médio mais alto; e, terceiro, maiores receitas advindas do nosso capital de giro próprio, que também foi favorecido por maiores taxas nesse trimestre.

Dados esses movimentos, o *spread* aumentou 40 pontos base no trimestre. A margem de mercado se beneficiou de maiores ganhos de tesouraria e, também, do menor impacto de *ALM*, onde começamos a enxergar uma dinâmica positiva na reprecificação do *banking book*. Antecipamos que essa linha vai melhorar gradualmente nos próximos trimestres, com projeção de *breakeven* no início de 2024.

O próximo slide mostra detalhes adicionais da carteira de crédito e do balanço. Nosso portfólio tem apresentado uma boa performance durante o trimestre, crescendo 2,2% no período, graças à grandes empresas e pessoas físicas. O segmento de grandes empresas apresentou o maior crescimento no trimestre graças à nossa habilidade de aproveitar as oportunidades de mercado e gerar operações com maiores *spreads*, mas ainda mantendo o foco nos clientes de alta qualidade. Além disso, a atividade reduzida dos mercados de capitais também contribuiu para a expansão desse portfólio. Em pessoas físicas, continuamos a priorizar os empréstimos com maior garantia, incluindo crédito consignado e imobiliário, que apresentaram um bom crescimento no trimestre.

Em captação, tivemos uma performance sólida no período, permitindo uma posição de liquidez robusta. Por fim, o nosso *core capital equity Tier 1 (CET1)* atingiu 10,8% no primeiro trimestre de 2023, estável com relação ao trimestre anterior, indicando que nos mantivemos em níveis saudáveis.

Novamente, é válido notar que a Resolução 229, originalmente agendada para janeiro, foi postergada para julho pelo Banco Central do Brasil. Essa resolução trará um impacto favorável ao nosso capital de aproximadamente 60 a 70 pontos base.

No slide 19, vocês podem ver que as nossas comissões foram afetadas esse trimestre pela nossa abordagem de seletividade de crédito, além do impacto sazonal do trimestre anterior. O período apresentou uma queda nas receitas de seguros, já que temos uma proporção maior de renovações no último trimestre do ano. Ainda assim, esperamos que o segmento seja um dos impulsionadores de receita em 2023. As comissões com administração de fundos e consórcios também aumentaram graças à maior originação de consórcios, outra alavanca de crescimento promissora. Também observamos resiliência nas receitas de serviços de conta corrente. Em relação a gastos, nossos números continuam a refletir nosso compromisso com controle de custo, com redução de 2,3% no trimestre, apesar do impacto das pressões inflacionárias.

O slide 20 ilustra a evolução da nossa qualidade dos ativos. Como esperado, tanto o índice de inadimplência de 15 a 90 dias como o acima de 90 dias ficaram sob controle no trimestre. As novas safras de crédito mostraram uma tendência positiva, e, conforme elas se tornam mais representativas no nosso portfólio, esperamos que a nossa qualidade de ativos fique cada vez mais saudável.

Nosso custo de crédito mostrou um leve aumento de 10 pontos base e foi afetado pelo impacto das safras antigas, principalmente no segmento de pessoas físicas. Nosso ritmo

de provisionamento contribuiu para um aumento no índice de cobertura, que chegou a 244% no trimestre, excedendo os níveis pré pandêmicos. É importante manter em mente que esse número considera os casos que foram previamente mencionados. Por fim, a recuperação do crédito voltou a ganhar força e vai continuar sendo uma área de foco para nosso negócio.

Agora, retorno ao Mario para suas considerações finais.

Mario Leão: Obrigado, Gustavo! Então, gostaria de concluir a apresentação antes do Q&A repassando rapidamente os destaques do trimestre. Nossa performance está alinhada com a expectativa da gestão, o que é muito importante, com um bom crescimento de volume em negócios selecionados, sem surpresas para a gestão. Ao mesmo tempo, nosso mix de portfólio continua melhorando conforme as novas safras ganham relevância. Além disso, tivemos um importante reforço do balanço devido a uma reversão pontual.

Por fim, continuamos com uma gestão ativa de custos que não prejudique nossa capacidade de investir em nossos negócios.

Crescer nos nossos negócios estratégicos será uma prioridade em 2023, e vamos continuar a ser seletivos na concessão de crédito durante o ano. Não esperamos mudar o nosso apetite de risco no ano. Também vamos ter uma visão e gestão ainda mais próxima do portfólio da empresa, dado o atual cenário macroeconômico. Além disso, vamos acelerar o *cross-selling* no nosso ecossistema, com foco em diversificação do nosso portfólio.

Assim, repassado esses pontos, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. Obrigado pelo seu tempo até aqui!

Camila Stolf: Mario e Gustavo, obrigada! Começaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Os analistas terão a oportunidade de fazer perguntas durante o Q&A, que durará cerca de 30 minutos.

Mais uma vez, para fazer uma pergunta, basta clicar no botão em formato de mão na parte inferior de sua tela.

A primeira pergunta vem do Thiago Batista, do UBS. Oi, Thiago, bom dia!

Thiago Batista: Bom dia a todos! Obrigado, Camila, Mario, Gustavo e Debora.

Eu tenho duas perguntas: a primeira é sobre o índice de eficiência do banco. O índice era acima de 40% até 2018, depois, vimos uma queda para 35%. Agora, está de volta ao nível de 40% e quando olhamos para as expectativas para a expansão de receitas, claramente não é positiva no Brasil. Então, você espera ver esse índice voltar aos níveis

abaixo de 40% no médio prazo? Ou faz mais sentido imaginar que vai ser razoavelmente estável?

A segunda pergunta é sobre os *spreads* de clientes. Vimos um aumento nesses *spreads* no primeiro trimestre, mas o portfólio do Santander está claramente indo em direção a linhas mais seguras. Você pode falar um pouco mais sobre a dinâmica e se há algum tipo de evento pontual, ou se vocês veem que essa tendência vai se manter?

Mario Leão: Obrigado, Thiago! Eu vou começar e, depois, o Gustavo complementa. No que diz respeito à eficiência, que é a sua primeira pergunta, sim estamos comprometidos a voltar aos níveis de 30%, acima de 30%, claro. Nós estamos agora - à medida que a gente possui uma perspectiva mais ampla do ciclo de sete/oito anos - estamos no segundo ano da parte baixa do ciclo, em que a nossa expansão de receitas, como você mencionou, se reduziu visto nosso apetite de risco – Então, tudo planejado e como esperado.

Entretanto, obviamente, não estamos crescendo tanto em receitas como no passado, mas isso foi calculado, e nossos gastos estão sendo bem geridos, como mostra a variação trimestral. Então, nesse momento, a eficiência é um resultado do não crescimento de receitas tanto quanto gostaríamos, mas estamos crescendo tanto quanto consideramos que deveríamos, e estamos gerenciando custos da melhor forma possível, dada a inflação e o cenário em que estamos. Acreditamos que poderemos “abrir as mandíbulas novamente” por meio de um crescimento de receitas maior do que o aumento de gastos. Não é uma coisa de mês a mês, é um movimento direcional. Então sim, esperamos voltar ao nível de 30%, estamos querendo primeiro chegar a abaixo de 40% até chegar mais próximo ao 30% como estava no passado. Estamos comprometidos com isso.

Quanto à segunda pergunta, em relação aos *spreads*, estamos comprometidos em ter mais produtos e mais clientes com menor nível de risco. Isso não mudou e isso não vai mudar durante todo o ano, pelo menos. Como mencionei, nós não esperamos mudar o nosso apetite de risco antes de 2024. Caso estivermos errados e seja possível fazer isso antes, compartilharemos com vocês, mas não esperamos isso.

Mas a boa notícia é que, enquanto estamos focados em clientes com melhores *ratings* e produtos de baixo risco, temos conseguido melhorar os *spreads* de margem. Então, não esperamos que os *spreads* aumentem substancialmente nos próximos trimestres, assim como não esperamos mudar o apetite de risco. Mas é uma boa notícia que estamos conseguindo aproveitar as oportunidades do mercado, tanto no atacado como no varejo; e, também, aumentar nossos *spreads*, enquanto continuamos comprometidos com o nosso apetite de risco, consistente com os últimos cinco trimestres.

Camila Stolf: Obrigada, Mario! Próxima pergunta vem do Mario Pierry, do Bank of America. Olá, Mario, pode prosseguir.

Mario Pierry: Olá, bom dia! Obrigado por aceitar a minha pergunta.

Minha pergunta é similar, Mario, no que diz respeito ao apetite de crédito. Vocês não planejam mudar o seu apetite, mas quando vemos o seu NPL parece que está sob controle. Parece que vocês podem reprecificar os seus empréstimos. Então, o que é necessário para que vocês aumentem o apetite? O que vocês estão esperando para que fiquem mais agressivos no crédito?

E, novamente, estamos vendo um mercado de crédito bem apertado no Brasil. Este pode ser, talvez, o momento correto para empréstimos, porque você provavelmente vai ter um melhor *spread* agora, com bastante demanda de empresas boas. Então gostaria de ouvir um pouco mais sobre o porquê vocês acham que não mudarão o seu apetite ao longo desse ano. Obrigado.

Mario Leão: Obrigado, Mario! Vamos começar, você mencionou empresas no final da sua pergunta. Então vou começar com empresas e depois peço que o Gustavo fale sobre pessoas físicas, o que estamos fazendo, especificamente na financeira ou em empréstimo de veículos, que são bons exemplos do que estamos expandindo sem mudar o apetite de risco, enquanto os outros parecem estar se segurando mais.

Então, começando com empresas, estamos precisamente fazendo o que você disse, Mario. Estamos olhando para nosso portfólio de empresas, que inclui PMEs, médias empresas, e também grandes e ultra empresas. O resultado apresentado hoje mostra que nos aproveitamos de um mercado que é positivo para expandir o portfólio de forma seletiva e até aumentar os *spreads*, conforme mencionado na resposta ao UBS.

Então, nós acreditamos no segmento de empresas, temos uma grande oportunidade. Eu falo há um ano, desde a minha primeira apresentação trimestral para o mercado, que nós queremos, com todo o respeito aos nossos grandes concorrentes, ser uma plataforma referência em empresas no Brasil. Queremos ser líderes em empresas, e isso também inclui MEIs, PMEs, grandes e as ultra grandes empresas. Queremos ser a plataforma de empresas mais relevante do Brasil.

Acreditamos que há uma grande oportunidade, dado como é o mercado, para nos posicionar mais. É exatamente isso que estamos fazendo no trimestre, focando principalmente em grandes empresas.

Ainda assim, estamos expandindo também o nosso portfólio de PMEs. Mas estamos fazendo isso de forma seletiva, porque não queremos nos expor de forma exagerada a alguns setores e companhias que podem ocasionar um custo de crédito mais alto no decorrer do ano.

Assim, estamos sendo seletivos, mas estamos aproveitando as oportunidades, sem dúvida.

Gustavo, você poderia comentar sobre pessoas físicas?

Gustavo Alejo: Bem, em pessoas físicas, ainda estamos seletivos, estamos expandindo em linhas em que estamos mais seguros. Mas de forma granular e utilizando nossa expertise, estamos expandindo o portfólio onde temos espaço para expandir, alguns portfólios *clean*.

Em veículos, por exemplo, estamos expandindo em *ratings* mais altos, mas estamos vendo um espaço para mais expansão. Então, continuamos seletivos, testando todos os dias com nossos modelos, e nossa base de testes, para ver se há oportunidades, obviamente, mantendo nosso apetite de risco.

Mario Leão: E, obviamente, só para finalizar, Mario, o que tem que mudar, como o Gustavo falou, a gente está testando todos os dias. Então, isso é uma coisa dinâmica. É uma precificação dinâmica, uma tomada de risco dinâmica, então testamos todos os dias nossos *borders*, como chamamos, que são os clientes para os quais não emprestaríamos e, então, os testamos de forma seletiva. Aí, conforme a gente vê os resultados, a gente fica mais empolgado em ampliar o público.

No momento, esses testes provaram que as decisões de risco que tomamos foram as corretas. Mas, ao fazermos isso ao longo do ano, esperamos chegar ao ponto em que vemos que os *borders* tiveram um desempenho melhor. E ao chegar nesse ponto, vamos começar a “abrir a torneira”. Então, vamos começar a fazer mais concessões de crédito para os clientes com *ratings* um pouco mais baixos. Mas isso será feito com cautela porque estamos progredindo sem fazer isso. Logo, quando pudermos, obviamente estaremos prontos visto que temos uma plataforma muito forte de pessoas físicas e PMEs também.

Camila Stolf: Nossa próxima pergunta é do Gustavo Schroden, do Bradesco BBI. Gustavo, pode prosseguir.

Gustavo Schroden: Olá, Camila, bom dia a todos! Bom dia, Mario, Gustavo, Camila e Debora. Obrigado pela oportunidade.

Minha primeira pergunta é em relação à qualidade dos ativos. Porque embora, a nosso ver, a inadimplência tenha piorado apenas 10 pontos base na comparação trimestral, para 3,2%; a nosso ver ainda é uma tendência desafiadora, especialmente porque a inadimplência de pessoa física continua se deteriorando, em 20 base pontos no trimestre pelo terceiro trimestre consecutivo; enquanto os indicadores de inadimplência para PMEs ainda estão se deteriorando mais rapidamente, 50 pontos base em relação ao trimestre anterior; os indicadores de inadimplência para grandes empresas permaneceram relativamente estáveis na comparação trimestral. Somado a isso, ainda vemos o nível de renegociação em níveis elevados.

Então, minha pergunta aqui é, quando vocês acham que os indicadores de inadimplência para pessoas físicas e PMEs devem atingir o pico; e se vocês veem que o nível atual de indicadores de inadimplência para empresas é sustentável no nível atual ou se deve aumentar ao longo do ano?

E a minha segunda pergunta é um *follow-up* da sua margem com os clientes, já que você mencionou alguns ganhos na parte de captação. Então, minha pergunta aqui é o quanto sustentáveis são esses ganhos. Devemos esperar mais ganhos de captação nos próximos trimestres ou isso foi especificamente relacionado ao primeiro trimestre? Obrigado.

Gustavo Alejo: Okay, obrigado. Primeiramente, em termos dos indicadores de inadimplência, bem, estamos monitorando o progresso dos indicadores - obviamente vemos o cenário macro e estamos testando os resultados das concessões que fizemos. É difícil dizer se há um pico no Brasil, especificamente no segmento de pessoas físicas - mas estamos monitorando. Então, isto é um pequeno movimento.

Obviamente o indicador de inadimplência de 15 a 90 dias é um índice mais volátil que o indicador acima de 90 dias, mas este último representa o que estamos dizendo sobre as safras antigas. Então é natural que tenhamos visto esse movimento no acima de 90. Estamos monitorando, é difícil ver, prever no Brasil quando estamos no pico ou não, mas estamos monitorando as performances todos os dias.

Mario Leão: E só... Gustavo, só complementando aqui ainda sobre pessoas físicas. Você e todos os analistas que nos acompanham têm nos questionado muito sobre a nossa carteira renegociada, com razão, que aumentou muito no ano passado. Mas para o primeiro trimestre, se me permite, está absolutamente estável, ainda em um patamar alto, reconheço, mas está estável para o período. No último trimestre, houve um aumento menor que o anterior, mas ainda de R\$ 1,5 bilhão, totalizando uma carteira de R\$ 36 bilhões, e agora estamos estáveis nesse patamar.

Então, nossa abordagem continua sendo muito próxima dos clientes com dificuldades. Procuramos ser proativos desde o início para tentar trazer oportunidades, renegociar, dar tempo e, seletivamente, descontos também. Mas na nossa perspectiva é bom, , que a carteira renegociada esteja estável. Estamos trabalhando para, obviamente, reduzir isso ao longo do tempo junto com os índices de inadimplência.

Então, eu diria que estamos dentro da parte baixa em termos de ciclo. Não espero necessariamente uma deterioração material daqui, como disse o Gustavo, mas isso é um acompanhamento diário, uma medição diária. Mas acredito que temos um portfólio cada vez mais saudável. E de novo, as novas safras, conforme vão ficando mais representativas, nos trará mais diluição, se posso chamar assim, efeito de diluição.



Com relação à sua pergunta sobre a margem, apenas um comentário rápido sobre - e quando nos encontramos, mencionei isso muito rapidamente -, um dos nossos grandes pilares. Então, quando vocês me perguntam qual é a minha perspectiva sobre qual é o futuro do Santander, eu tenho dito, e vou repetir muitas vezes para vocês e para o mercado, acredito que deveríamos ter uma plataforma de investimentos e passivos muito significativa, o que não necessariamente tivemos no último – digamos – ciclo de crescimento que vivemos no Brasil.

Desde o início do ano passado, estamos investindo muito na construção de pilares. O passivo não é um negócio que você constrói e aparece no próximo trimestre, é uma coisa de longo prazo. Obviamente, na comparação trimestral, precisamos mostrar melhorias e estamos mostrando isso.

Então, sim, eu acredito que é uma coisa consistente, não é pontual. A razão pela qual não é pontual é que não aconteceu por acaso. Estamos construindo uma plataforma de investimentos relevante. Tem muitas peças diferentes: AAA, a plataforma de consultores que construímos é uma delas; o Select repaginado é outra peça. Estamos cada vez mais focados no passivo, nas empresas em geral, nas PMEs em particular. Então, vamos ter mais *funding* vindo de toda a nossa carteira de clientes, e essa é uma iniciativa estratégica que eu queria destacar para todos vocês. Obrigado!

Camila Stolf: Agora temos uma pergunta do Tiago Binsfeld, do Goldman Sachs. Tiago.

Tiago Binsfeld: Olá, Camila, Mario, Gustavo! Obrigado por aceitar minha pergunta. Quero fazer duas perguntas também.

Primeiro, sobre regulação, vocês têm uma expectativa para uma reforma tributária? Esse tópico é o que estamos escutando mais ultimamente. Qual é o seu cenário base aqui, principalmente no que diz respeito aos juros sobre capital e à simplificação dos impostos de renda no Brasil? Eu gostaria de saber um pouco mais sobre sua visão.

E a segunda pergunta é sobre depósitos. Nesse trimestre, vemos os depósitos crescendo mais que o crédito, então o índice de *loan-to-deposit* declinou. Isso é uma tendência a partir de agora? Quais são suas expectativas para alavancar os depósitos no seu balanço? Vocês vão ser mais conservadores nessa perspectiva também? Obrigado.

Mario Leão: Obrigado, Tiago! Então eu vou começar com o tópico de regulação, que tem muitos pontos. Então, cobrindo o que você falou, tem muita especulação, obviamente: é um novo governo, tem uma nova âncora fiscal (que tem muitas coisas positivas). Obviamente, para funcionar, precisa de mais receitas, que não virão de impostos mais altos. Tem que vir de cortes de isenções etc. Então, estamos acompanhando isso muito de perto. Não estamos sozinhos. Estamos acompanhando isso por meio da FEBRABAN, e em alguns aspectos, estamos acompanhando com a

Confederação Nacional Financeira, a CNF, que terá cada vez mais um papel importante na advocacia.

Então, falando sobre a reforma do imposto sobre valor agregado, temos acompanhado de perto, como todos os setores, temos conversado com o Congresso para expor nossas preocupações e considerações. Neste momento, não há nada de concreto, como você bem sabe. Acreditamos que vai evoluir. Acreditamos que é muito importante para o país, vai nos permitir, não instantaneamente, mas vai nos permitir destravar parte do nosso potencial de crescimento que sempre falamos, principalmente como brasileiros. Logo, acho que é um passo muito importante que o governo e o Congresso estão dando, e estamos compartilhando nossas considerações. A boa notícia é que o Congresso está ouvindo e o governo está ouvindo. Então, acreditamos que está caminhando na direção certa e vai acontecer.

Então sim. Esse provavelmente será o primeiro grande marco em termos de reformas do novo governo.

Em termos de juros sobre o capital próprio e outras medidas potenciais, tudo isso são especulações, obviamente. Nosso papel, se me permite, o que estamos fazendo com todos esses tópicos é realmente tentar compartilhar, como estamos fazendo para o imposto IVA; estamos compartilhando possíveis impactos; estamos compartilhando considerações; estamos sugerindo maneiras de atingir o objetivo.

É a mesma coisa com a discussão sobre as taxas de juros ou os spreads dos cartões de crédito, que tenho certeza de que vai aparecer como uma pergunta. Então, o que a gente está fazendo, a gente está proativamente – a gente está se organizando com a FEBRABAN e a CNF –, a gente está proativamente sentando com o governo, sentando com o Congresso, e realmente compartilhando com eles cálculos, cenários, observações, para que possamos ter uma discussão educada por meio da qual o resultado correto seja alcançado. Então, estamos tendo essa abordagem proativa cada vez mais e acredito que é a coisa certa a fazer. Isso faz parte da minha agenda em particular e parte da minha equipe de gestão sênior.

Gustavo Alejo: E claro, em termos de depósitos, bem, como o Mario mencionou, é um dos nossos pilares. Então, vimos que o AAA, o Private, todas os negócios que trazem depósitos estão tendo um desempenho muito bom. Obviamente que é importante ver como o macro se comporta em termos de liquidez total, principalmente para pessoas físicas. Se virmos menos inflação, potencialmente, teremos ainda mais possibilidades de depósitos e achamos que é um dos nossos pilares em termos de construção do nosso balanço a médio prazo.

Camila Stolf: Bem, temos uma pergunta do Rafael Frade, do Citibank. Rafael, pode prosseguir.

Rafael Frade: Olá, bom dia! Obrigado pelo *call*.

Então, a minha pergunta é, eu perdi um pouco sobre a explicação sobre a expectativa em termos de margem e do portfólio. Mas eu quero entender onde estamos no ciclo da margem. Então, pela primeira vez em muito tempo vemos uma melhora do NIM, que foi contrária à minha expectativa, já que estamos indo para clientes com perfis mais seguros, eu esperava que o NIM continuaria caindo. Então gostaria de entender a sua expectativa, se deveremos ver uma estabilização, começar a ver uma melhora, ou ainda uma deterioração da performance nos próximos trimestres. Qual deve ser a tendência para o NIM para os próximos trimestres?

Mario Leão: Obrigado, Rafael! Eu vou assumir aqui.

Nós mencionamos durante toda a apresentação -- eu vou começar com a margem de mercado. Então essa margem já mostrou uma redução trimestral, que eu quero enfatizar porque é em uma direção positiva.

Desde o ano passado estamos falando para o mercado que - dada a forma que nosso balanço está estruturado e como posicionamos a nossa carteira ALCO -, teríamos um ciclo negativo de resultados de dois anos, um aumento dos resultados negativos no ano passado e uma diminuição dos resultados negativos nesse ano. Já mostramos uma redução no trimestre, ainda de um dígito, mas na direção correta.

Portanto, acreditamos que a tendência continuará indo em direção ao ponto de *breakeven*, esperamos, ao início do próximo ano, o que significará um aumento substancial quando você olhar para a perspectiva do ano inteiro em termos de margem de mercado. Obviamente, esperamos continuar tendo um bom desempenho em nossos negócios de mercados, que estão relacionados com o nosso portfólio.

Em relação à margem de clientes, é um grande desafio. Então, você está certo se perguntando como isso deve prevalecer. No passivo estou muito confiante de que vamos continuar crescendo, conforme já mencionei. Em ativos, em crédito, vamos continuar sendo seletivos em um primeiro momento, não acreditamos que os spreads vão continuar crescendo, como eu disse, em ritmo acelerado. Fomos afortunados de fazer isso no primeiro trimestre, mas não extrapolo isso necessariamente ao longo deste ano e no próximo ano.

Mas o fato de estarmos aumentando nossa carteira de crédito nos clientes certos, nos produtos certos, a combinação de tudo isso deve significar que estamos trabalhando para melhorar a margem de clientes ao longo dos trimestres. E olhando para 2024, acreditamos que teremos uma margem de clientes e de mercado significativamente melhores à medida que crescemos corretamente nosso portfólio. Não vamos fazer isso à custa de correr mais risco do que deveríamos correr porque, obviamente, poderíamos abrir o apetite ao risco, aumentar rapidamente a margem de clientes, o que é um efeito

imediatamente, mas seis meses, nove meses depois teríamos mais custo de crédito do que deveríamos ter – não vamos fazer isso.

Então, mantendo o apetite de risco, mas expandindo as carteiras que queremos expandir, e continuando com nossa estratégia de longo prazo e de passivos, devemos continuar a melhorar a margem de clientes como uma tendência de longo prazo, mas obviamente esperamos ver isso ao longo dos trimestres. Obrigado.

Camila Stolf: Temos uma pergunta do Domingos Falavina, do JPMorgan. Domingos, pode prosseguir.

Domingos Falavina: Olá, obrigado por aceitar a minha pergunta! Duas perguntas rápidas.

A primeira é que nos chamou um pouco a atenção que vocês comentaram que o trimestre foi em linha com as suas expectativas. Então, a nossa pergunta é se vocês poderiam compartilhar um pouco dessa expectativa, porque, para nós, isso foi meio que um ROE de 10% com impostos positivos, certo? Quero dizer, provavelmente algo próximo a 8%. Teve uma reversão de imposto de R\$ 4 bilhões que também ajudou, o que não era esperado por nós. Sem nem ajustar para isso, provavelmente ficou em torno de 8% de ROE. Então, se você puder compartilhar um pouco como são suas expectativas de ROE para o ano inteiro e se você espera faixas de impostos positivas e coisas assim.

A segunda é sobre a reversão do imposto. Eu entendo que é um PIS/COFINS. Houve apenas um ministro do STF que votou a favor. Então, separando, se você pode fazer isso, eu entendo que você pode, mas o que te deixou confortável em fazer essa reversão?

Mario Leão: Okay, obrigado. Quando eu mencionei que os resultados estão alinhados com a expectativa, não quer dizer que nós, como franquia, acreditamos que R\$ 2 bilhões, R\$ 2,1 bilhões tem que ser o resultado, na média, para os próximos anos. Não é o que eu quis dizer ou inferir.

Estar em linha com a expectativa significa que, dado o macro em que estamos, face às decisões que tomamos, das quais não nos arrependemos, face ao comportamento da demanda, face ao posicionamento óbvio da concorrência - respeitamos profundamente os nossos concorrentes e eles estão fazendo um ótimo trabalho – então, todas essas coisas juntas, acreditamos que chegamos ao *top-line*, ao *édium-line* e ao *bottom-line*, que estão em linha com a nossa expectativa.

Estamos felizes por termos aumentado nossa linha de margem principalmente em clientes. Estamos felizes por termos reduzido nossa queda na margem de mercados, que acabei de abordar com mais detalhes. A gente entende que a redução em comissões, obviamente, na comparação trimestral não é muito boa, mas tem uma

explicação sazonal para isso. Estamos felizes que nossa orientação para custo e eficiência, que não é custo por custo, é uma questão de eficiência mais ampla, estamos felizes que, trimestralmente, estamos reduzindo nosso custo.

Sim. A gente teve um efeito fiscal positivo dado os juros sobre o capital etc., mas isso não é prescindível ao longo do ano, claro. Portanto, acreditamos que não é um número que estamos olhando na alta administração e na administração em geral, obviamente acreditamos que a franquia vale alguns bilhões a mais por trimestre e estamos trabalhando nisso, tenho certeza de que todos concordam; mas considerando todo o macro, as decisões que tomamos, o cenário competitivo, a demanda geral na economia, acreditamos que este é um trimestre que deveríamos estar chegando. Estamos, nessa perspectiva, estamos felizes por não haver surpresas nisso.

Falando sobre a provisão, sim, você está certo, em termos de processo judicial, houve um voto, bem, do principal ministro, do principal votante, e obviamente o processo precisa continuar, nós acreditamos que temos - obviamente acreditamos, e nossos auditores acreditam - a capacidade de reverter a provisão.

A questão era, bem, se revertemos a provisão e passamos isso por meio de P&L, o que tínhamos o direito de fazer, para ser honesto. Preferimos aproveitar a reversão da provisão para reforçar o balanço. Agora temos, como você viu, uma cobertura de 244% em nossa carteira de inadimplência. Temos, portanto, a capacidade de gerir o ciclo, que ainda não melhorou. Acreditamos que ainda faltam alguns trimestres ou mais antes de expandirmos novamente o balanço, e a concorrência faz o mesmo.

Então, reforçar nosso balanço, a nosso ver, foi uma decisão importante. Estamos felizes por podermos aproveitá-lo. Mas, novamente, o fato de não termos passado pelo P&L significa que ainda estamos sendo conservadores, embora tenhamos mudado a linha de provisão de impostos para uma linha de provisão de custo de crédito mais ampla. Acreditamos que foi a decisão certa. Obrigado.

Camila Stolf: Agora, a pergunta final do Pedro Leduc, do Itaú BBA. Olá, Pedro!

Pedro Leduc: Olá, muito obrigado por aceitar a minha pergunta.

Um pouco sobre o crescimento da carteira. Vimos uma boa expansão, 7% no trimestre no PJ. Quero perguntar se isso tem a ver com um mercado de capitais um pouco mais rígido para empresas, seja em crédito ou em ações. Vimos que vocês compraram muitos títulos novos, a carteira cresceu bastante. Então, vocês estão vendo esse efeito líquido de um mercado de capitais mais apertado, mas oportunidade para vocês tomarem créditos. Estão vendo a rentabilidade dos spreads envolvida com essas oportunidades em empresas? Obrigado.

Mario Leão: Sim, Pedro, obrigado pela pergunta. É bom fechar com isso. Sim, absolutamente vemos uma oportunidade derivada de quase nenhuma atividade nos mercados de capitais domésticos e pouca no mercado internacional de capital. O mercado de capitais de ações também estagnado. As companhias ainda demandam crédito, seja crédito novo para a expansão, investimentos ou rolagem de operações. Então monitoramos isso de perto, como tenho certeza que nossos concorrentes também fizeram o mesmo. Vimos oportunidades de expandir em grandes empresas. Fizemos isso, com as decisões de crédito para médias e grandes empresas sendo nome a nome obviamente, avançamos com o portfólio e a decisão foi bastante discutida. Nós tiramos vantagem não só da expansão do portfólio, mas também de fazê-lo com melhores margens do que tínhamos originalmente ou historicamente com os mesmos clientes – então, sim.

Isto vai continuar durante o ano? Eu acredito - e é saudável que os mercados domésticos também estejam abertos marginalmente, assim como os mercados internacionais, e eu espero que o de ações (*equity*) também -, então, eu espero que, em uma base marginal, esses mercados de capitais reabram. E, de novo, estamos felizes com isso, porque é uma grande parte do nosso negócio e na linha de comissões.

Mas, à medida que isso acontece gradualmente, continuaremos vendo as oportunidades e crescendo nosso balanço conscientemente, com o melhor ROE possível. Eu mencionei há alguns trimestres atrás, que o nosso objetivo não é só crescer o portfólio, mas fazer isso de forma ajustada ao ROE. Então nós olhamos o ROE de cada transação e, também, o *cross-sell* que podemos fazer em cada transação. Monitoramos isso cliente a cliente, *banker a banker*. A disciplina de ROE que temos, acredito, é padrão da indústria. Então, vamos manter isso. Mas como o mercado oferece oportunidades, vamos aproveitar na medida certa.

Camila Stolf: Okay. Não sei, você gostaria de agradecer a todos?

Mario Leão: Não, eu só gostaria de terminar dizendo mais uma vez muito obrigado pelo tempo de todos. É uma hora muito produtiva para nós.

Eu sei que tem muitas coisas que nós não conseguimos cobrir devido ao tempo. O time de RI está aqui e eu estou disponível, eu encontrei com muitos de vocês na nossa sede há alguns meses, será maravilhoso fazer o acompanhamento com todos vocês no decorrer do ano – estou disponível, e o Gustavo acabou de se juntar à equipe. Então será muito bom aprofundar nos números e a estratégia. Estamos construindo alavancas de crescimento significativas para os próximos trimestres e anos e será um prazer compartilhar isso com vocês - e, também, esclarecer as perguntas sobre o mercado, cenário macro e curto prazo.

Obrigado a todos pelo tempo! Camila, por favor.



Transcrição da Videoconferência
Resultado 1T23
Santander
25 de abril de 2023

Camila Stolf: Bem, muito obrigada por participarem! Estamos disponíveis para qualquer outra questão adicional e tenham um excelente dia!