

Local Conference Call
Banco Inter
Resultados do Primeiro Trimestre de 2020
20 de maio de 2020

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência do **Banco Inter** para discussão dos resultados referentes ao **1º trimestre de 2020**.

Estão presentes hoje conosco, **o Diretor Presidente do Banco Inter, Sr. João Vitor Menin; o Vice-Presidente, Sr. Alexandre Riccio de Oliveira; e a Diretora de RI, Helena Caldeira.**

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação do **Banco Inter**. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a teleconferência queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando * zero.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via webcast, podendo ser acessado através do endereço ri.bancointer.com.br. O replay deste evento estará disponível logo após seu encerramento. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar, via website, perguntas para o **Banco Inter**, que serão respondidas após o término da conferência, pela área de RI.

Gostaríamos de informar que esta teleconferência está sendo simultaneamente traduzida para o inglês a fim de atender aos investidores estrangeiros da Companhia.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios do **Banco Inter**, projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis para o **Banco Inter**. Considerações futuras não são garantia de desempenho e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. **João Vitor Menin, Diretor Presidente**, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. **João Vitor**, pode prosseguir.

Sr. João Vitor Menin: Muito obrigado. Bom dia a todos. É um prazer estar aqui com vocês para a gente falar um pouco dos nossos resultados, nossa nona conferência de resultados do Banco Inter desde que abrimos nosso capital, em 2008.

Eu acho que é chover no molhado, mas todo mundo sabe que tivemos um trimestre atípico, um trimestre diferente de todos que já vivenciamos aqui na história do Banco Inter. Eu falo que nada mais prático para exemplificar o tal do “cisne negro”. Vivemos,

de fato, um cisne negro. Todos nós. Todas as empresas, todas as pessoas, todos os países, e a gente fala que a gente encarou esse cisne negro de 2 formas aqui no Banco Inter:

- Primeiro, do lado pessoal, a gente encarou com muita tristeza, a gente viu o impacto na saúde e na economia dos nossos correntistas, dos brasileiros, e pudemos, graças a Deus, tivemos condições de tomar medidas muito legais, muito bacanas para poder ajudar os nossos correntistas, os brasileiros a passar por isso da melhor forma possível, seja através dos produtos bancários, seja através de doações e ações que fizemos nesses últimos 60 dias – no nosso site tem uma explicação, um texto muito bacana sobre essas medidas. Recomendo até que vocês deem um molhada depois.

- Como CEO, em compensação, a gente encarou esse trimestre atípico, esse cisne negro, de uma maneira muito animada. E por quê, gente? Porque as conquistas que o Inter teve nesse trimestre, a forma como a gente se preparou para um possível cisne negro como isso se materializaram agora.

Eu falo que a gente escuta muito o famoso “*stress test*” que é feito em algumas instituições financeiras pelo mundo todo, especificamente na crise de 2008, e eu falo que não poderia ter um *stress test* real mais impactante, mais bem-feito do que uma crise como essa com essa questão do COVID. E a gente passou por esse *stress test* de maneira muito positiva. E eu falo que nas coisas mais importantes numa instituição financeira, que é o capital e o *funding*, a gente passou muito bem. Trabalhamos para isso. Não passamos por isso porque simplesmente tivemos sorte.

No capital, fizemos o nosso IPO e o nosso *follow-on* e chegamos agora com um índice de Basileia próximo a 30%, que é um dos mais altos índices de capital dos bancos brasileiros. Com relação ao *funding*, trabalhamos também desde 2016 com o nosso modelo de varejo digital, então podemos ter hoje um *funding* diversificado, literalmente milhões de brasileiros, milhões de correntistas. Na carteira de crédito também, nos preparamos para momentos de mais incerteza. Temos uma colateralização na nossa carteira próximo a 95% do nosso total do portfólio.

Bom, deixando de lado a questão de capital, *funding* e a carteira de crédito, que são muito importantes para qualquer banco, a gente falou um pouco do macro. Eu acho que chegamos nesse trimestre, passamos por esse trimestre totalmente adaptados ao que o pessoal chama de “um novo normal”. Quando a gente vê, por exemplo, que a gente não teve que fechar nenhuma agência, que a gente não precisou demitir um funcionário, não precisamos colocar nenhum funcionário de férias coletivas porque esses funcionários não estavam nas agências, a gente fica muito satisfeito.

Para a gente, fica claro que o modelo digital, o modelo de plataforma está totalmente adaptado a esse novo normal. E, mais do que isso, nesse primeiro trimestre, além desse *stress test* positivo e da adaptação a esse novo normal, a gente pôde continuar entregando inovações, que é uma característica marcante do Banco Inter.

Algumas importantes que eu gostaria de frisar aqui com relação ao nosso *marketplace*, que foi lançado em dezembro: Lançamos agora no primeiro trimestre desse ano a nossa relação *end-to-end*, onde, com apenas um clique, os nossos clientes correntistas podem comprar produtos e serviços; lançamos mais recentemente aí um produto totalmente novo com a nossa InterCel, que é o nosso plano de celular, nossa operadora de telefonia própria. Acreditamos que teremos muitos sucesso para trazer os nossos mais de 400 mil clientes, que fazem recarga de celular todos os meses com a gente, para que eles estejam usando os nossos planos na InterCel, que, por sinal, já estão disponíveis no nosso app, se as pessoas foram lá hoje elas já podem comprar os *chips* e comprar os planos mais apropriados para o uso delas.

Bom, em relação ao desempenho, a gente teve um desempenho muito interessante, muito bom nas receitas de serviços. A gente vem falando já há bastante tempo que a gente tem um sonho de alcançar os tais 50% de receita de serviço em relação à receita total do banco, e isso está acontecendo numa velocidade muito forte. A gente cresceu essas receitas de serviço nesse trimestre, tivemos materialidade no volume das receitas e isso vem, cada vez mais, corroborando com a nossa ideia de plataforma. Ou seja, já não somos mais apenas um banco digital, somos, de fato, uma plataforma digital.

Com relação a crescimento, que é uma marca forte do Inter, de novo, no trimestre tivemos um excelente crescimento mesmo com o mês de março comprometido pelo surto do coronavírus e pelo susto das pessoas físicas diante dessa nova realidade, tivemos recorde de abertura de contas no trimestre.

A gente fala o seguinte, que a escala é fundamental para esse jogo que a gente entrou, o jogo de plataforma, então o crescimento passa a ser cada vez mais importante. Temos conseguido manter esse crescimento. Um exemplo para falar dessa escala é com relação à nossa bandeira de cartão, que é a MasterCard. Em função dessa escala que a gente vem ganhando nos últimos trimestres (especificamente nesse trimestre), a gente pôde renegociar o nosso *deal* com a MasterCard, fizemos uma excelente renegociação, que melhorou substancialmente os *economics* desse produto, que é a emissão de cartões.

Por fim, nesse *release* nosso, nós colocamos uma mensagem nova, que é com relação às nossas 5 grandes avenidas de crescimento, que são elas: O *banking*, que são os serviços bancários que as pessoas fazem no dia-a-dia; os empréstimos; os investimentos; os seguros; e o *marketplace*. Eu falo muito que, se a gente fosse dar nota, eu diria que a nossa nota 10 é para o nosso *banking*. De fato, temos uma plataforma bancária única no Brasil, completa, digital e gratuita.

Agora, o mais bacana é que a gente tem muito espaço aí para evoluir nas outras 4 avenidas: Nos empréstimos; nos investimentos; nos seguros; e no *marketplaces*. E como vocês puderam ver no nosso *release*, os números para essas outras 4 avenidas têm sido muito satisfatórios. A gente vem crescendo o número de engajamento, o número de clientes e o número de novos produtos dentro dessas avenidas.

Por último, o que nos deixa confiante para os próximos trimestres, temos um time, tecnologia, vontade e criatividade para replicar o sucesso da avenida de *banking* para todas as outras 4 avenidas, e, de fato, construir esse nosso super app, essa nossa plataforma digital moderna, aderente a esse novo tempo que estamos vivendo.

Estamos cada vez mais convictos de que o nosso modelo de negócios é vencedor, e isso é muito importante. Vou passar a palavra agora para o Alexandre, nosso CFO, que vai falar um pouco sobre os números operacionais no trimestre, depois a gente passa a palavra para a Helena, a nossa RI, e depois a gente vai para as perguntas e respostas. Obrigado a todos.

Sr. Alexandre Riccio de Oliveira: Bom dia a todos. Agradeço pela participação no *call*, novamente uma adesão muito boa aqui no *call*, que nos deixa felizes com o nível de [incompreensível] que o nosso negócio gera em todas as esferas.

Eu vou falar um pouco aqui sobre as avenidas, que o João Vitor começou, antes de entrar nos números, e eu acho legal comentar que há alguns dias nós completamos 4 anos desde o lançamento, abre aspas, “para valer” do nosso varejo digital, especificamente com a entrada no ar da emissão de cartões MasterCard e abertura de conta por aplicativo. Então, só repetindo, isso aconteceu em abril de 2016, nós completamos, alguns dias atrás, 4 anos.

Desde então, nós criamos o que nós entendemos ser uma das mais completas plataformas de serviços financeiros e não financeiros do mundo. A gente tem realmente um produto com poucos comparáveis, supercompleto, e nesses 4 anos a gente atingiu esses números bastante interessantes: a gente saiu de 8 mil contas (era a nossa posição lá no início de 2016) para 5,5 milhões de clientes. Nós saímos de menos de mil investidores da nossa captação para mais de 600 mil investidores tendo nesse meio tempo aí, nesses últimos 4 anos, criado todo o arcabouço de tecnologia para colocar no ar uma plataforma aberta digital de investimentos. Nós saímos de praticamente zero nos seguros digitais para mais de 75 mil segurados.

Em crédito, já são quase 1 milhão de brasileiros com alguma modalidade dentro do nosso amplo portfólio aí de crédito imobiliário com o cartão de crédito consignado, entre outros, e nosso *marketplace* também, apesar de ser mais jovem, né, mas já teve mais de 350 mil clientes ativos no primeiro trimestre de 2020, também um número superlegal.

Então, esses são números aí que impressiona. Mas o legal é que esse é apenas o começo, né. A gente tem muito mais a crescer, a gente tem muito mais para entregar e sabemos como fazer isso. Então, a gente está supermotivado aí para poder crescer em cada uma dessas 5 avenidas.

Para falar de números eu vou também seguir as avenidas. Então, eu vou começar falando um pouco sobre aumento da base de clientes e engajamento, um pouco sobre

day-to-day banking, investimentos, seguros, *marketplaces* e por último empréstimos/crédito.

Falando um pouco sobre o aumento da base de clientes, a gente chegou aí aos 5 milhões de clientes, hoje a gente já está próximo aí de 5,5 milhões, tivemos 155% de crescimento na base ano contra ano com um CAC que se mantém ali próximo dos R\$20 num patamar bastante comportado, bastante satisfatório, dentro do que nós queríamos. Essa base continua bastante ativa, safras maduras acima de 70%, a gente entende que a gente é um *benchmark* global entre todos as pesquisas que nós fizemos para engajamento, e 40% desses clientes têm nos usado como plataforma principal para os serviços bancários e não bancários que eles têm.

A gente teve, no primeiro trimestre, de 891 mil novas contas, é novamente um número recorde, e a gente teve uma redução boa no custo de servir, a gente teve nesse trimestre uma diluição do custo de serviço superior à diluição das receitas, indicando continuidade da tendência de ganho de eficiência da nossa máquina e apesar de todo o crescimento que a gente tem feito, apesar da contratação de colaboradores e etc. O nosso custo de servir por cliente saiu de R\$226 no primeiro trimestre do ano passado para R\$129 por cliente. Então, é realmente uma máquina eficiente que a gente está criando e tem muito mais por vir.

Entrando especificamente agora no *day-to-day banking*, a gente teve como destaque o crescimento de 205% na base de depósito à vista, chegando a R\$2,6 bilhões no final do primeiro trimestre. Esse número continua crescendo pós-início da crise, o que é bom porque a nossa confiança dos nossos clientes. O saldo médio por cliente ultrapassou R\$1 mil, chegou a 1.044, de novo, sinal de confiança e sinal de que a gente se torna cada vez mais o banco principal dos nossos clientes, e não o banco secundário.

Nossas receitas de *floating* chegaram a 19,2 milhões, também com um crescimento bom apesar da redução de Selic e mostrando aqui a força do *funding* de varejo, que vai nos ajudar bastante na parte de crédito.

Receitas de cartões também, fazem parte dessa composição da parte transacional do *day-to-day banking*, subiram também de forma muito relevante, a gente saiu de 12,9 milhões no primeiro trimestre de 2019 para 46 milhões no primeiro trimestre de 20, ressaltando que a importância do nosso novo *deal* assinado junto à MasterCard, conforme mencionado pelo João Vitor.

No *marketplace* a gente teve também um grande destaque, eu acho que eu lembro aqui a todos que no nosso *call* do quarto trimestre de 19, que nós fizemos aqui há mais ou menos 3 meses atrás, nós comentamos que a gente estava talvez um pouco mais lento do que nossas ousadas metas para esse segmento, e o legal é que esse jogo está virando. Em abril, nós superamos nossas projeções de maio, a gente já fez quase 27 milhões em vendas em abril, o que traz para a gente um volume anualizado já de

320 milhões com engajamento de parte relevante da nossa base. Então, é um negócio que *marketplace* já se torna uma realidade aqui dentro do banco e isso é muito bacana.

Parte de investimentos, nós tivemos novamente ano contra ano mais de 200% de crescimento na base, a gente chegou a 601 mil investidores e a gente cresceu desproporcional ao número de clientes do banco, já chegando ali a mais de 12% de clientes investidores. E legal falar também que, no final do trimestre, a gente já estava com quase 200 mil investidores em *homebroker*. Com a estabilidade total, a gente foi uma das únicas plataformas que não teve instabilidade nesse momento aí onde a gente teve um fluxo de pessoas físicas enorme para a Bolsa devido à, enfim, à queda dos preços dos ativos.

As receitas vieram novamente bem consistentes, com R\$12 milhões, valor 6 vezes maior do que a nossa receita na PAI, na Plataforma Aberta de Investimentos, no primeiro trimestre de 2019.

Seguros, os destaques financeiros aqui ficam para o prêmio líquido, que chegou a 24,200 milhões, crescimento de 41% na hora que a gente compara com o primeiro trimestre de 19, e a gente já chega a uma corretora vendendo mais de 100 milhões, praticamente 100 milhões, em prêmios no número anualizado e a gente teve receitas ali de quase 7 milhões em comissões e seguros.

Parte de empréstimo, também um bom destaque, a gente chega com 5,6 bi de carteira, crescimento de 10% no trimestre. A gente continua com crescimento ano contra ano naquele patamar acima de 50%, que é a nossa meta, né, entre 40 e 50% é o nosso *target* de crescimento em crédito, o que foi bom.

E eu queria ressaltar aqui na parte de empréstimos e crédito que a gente continua com o foco em créditos colateralizados. A gente continua confiante com a resiliência dessa nossa carteira de crédito e vai continuar sendo a nossa prioridade ter mais créditos colateralizados, o que não nos impede de aprender cada vez mais também sobre nossa única linha não colateralizada, que é o cartão de crédito.

Então, só ressaltando um pouco nessa parte aqui de crédito, apesar da crise, a gente é construtivo com crédito e a gente não conseguiu ainda fazer alguma medição que nos faça ter que fazer uma guinada estratégica. Eu acho que como medida após-COVID, nós fizemos algumas coisas, né, uma delas a gente fala que a gente desligou o modo automático, tem um rigor na concessão de crédito grande e um acompanhamento grande da alta gestão do banco, mas as nossas leituras são, até o momento, positivas em relação à nossa carteira de crédito, inclusive em relação à carteira de cartão de crédito.

Especificamente, eu acho Interessante mencionar que a nossa carteira de cobrança, apesar da crise, ela teve a melhor performance histórica em abril, o que é um bom indicativo. Quando eu falo carteira de cobrança eu falo de carteira dentro do universo

de créditos do cartão de crédito, a carteira que está atrasada e sendo renegociada. Então, esse é um bom indicador aí de que a gente está com um negócio saudável.

Alguns destaques finais. Receitas de serviços, nós chegamos a 97,8, quase 100 milhões no primeiro trimestre agora de 2020, 131% de crescimento versus o primeiro trimestre de 2019. Receitas de NII ficaram em 139 milhões, tivemos, sim, uma redução devido principalmente a efeitos de Tesouraria, que foi justamente o que gerou o efeito no nosso resultado do primeiro trimestre. Não fosse esse resultado de Tesouraria, a gente teria por volta de 174 milhões. E, finalmente, no trimestre a gente atingiu um prejuízo líquido de 8,4 milhões. Seria importante mencionar o impacto de novo dessa marcação dos fundos/crédito privado, se não fosse isso a gente teria ficado por volta de 11 milhões de resultado. No nosso *release* a gente mostra uma explicação disso.

E, para finalizar, nossa posição de liquidez ela está mais forte do que nunca, eu acho importante falar isso. O João Vitor falou um pouco de teste de modelo e a gente vinha, ao longo dos anos, explicando para todo mundo que nossa estratégia de *funding* de varejo tinha justamente o propósito de trazer resiliência para enfrentar um momento como esse, e o que tem acontecido é exatamente o que era a nossa expectativa: *funding* resiliente, *funding* crescente tanto em depósito à vista quanto em CDB/LCI e também poupança, eu acho importante ressaltar isso aí, muita gente buscando poupança, o que é interessante.

Então, liquidez superforte e posição de capital, só frisando novamente o que o João Vitor comentou, né, uma das mais fortes de todos os bancos brasileiros, o que nos coloca numa posição forte para atravessar a crise e forte para continuar a nossa trajetória de crescimento e execução do nosso plano de negócios.

Com isso, agradeço novamente a todos, especialmente aos nossos mais de 1.650 colaboradores, e passo palavra para a Helena para dar alguns pontos importantes que ela vai também passar para todos. Obrigado.

Sra. Helena Caldeira: Bom dia a todos. Obrigada Alexandre e João, e obrigada a todos por se juntarem a mais um *call* de resultados. Eu queria só passar uma mensagem rápida de como que área de RI tem se adaptado nesse período de quarentena.

A gente, de fato, teve que se ajustar ao novo formato: trocamos a rotina de viagens, reuniões essenciais para investidores e encontros em conferências pelas reuniões de vídeo. Estamos usando todas as plataformas, sejam elas [incompreensível], Webex, Zoom. E o lado bom é que tem funcionado muito bem. A gente acha superimportante estarmos próximos nesse momento. O Inter evolui muito rápido, assim como tem sido muito o cenário econômico.

Por isso, a gente também está planejando um Banco Inter Day virtual. A gente quer que os nossos executivos possam se comunicar com os mais de 175 mil investidores pessoas físicas, com os investidores locais, estrangeiras, analistas de *research* e

mostrar o quão rápido estamos crescendo essa plataforma e fazendo essa evolução no modelo que o João falou, em que o banco vai dando mais espaço para outras avenidas.

Então, eu aproveito aqui para deixar esse convite para a gente usar esse momento de distância para nos aproximarmos ainda mais e seguirmos conectados.

Acho que é basicamente isso. Com isso, a gente pode abrir 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, digitem asterisco 1. Para retirar a pergunta da lista digitem asterisco 2.

A nossa primeira pergunta vem de Tomas Peredo, BTG Pactual.

Sr. Tomas: Olá, bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade. Eu gostaria de fazer 2 perguntas. A primeira seria se vocês pudessem dar um pouquinho mais de cor como que vocês estão vendo a evolução de receitas para frente, em especial *fees* [incompreensível - falha de áudio], que a gente viu que a receita de performance ela melhorou muito por conta desse novo acordo com a Master, e aí como que a gente deve imaginar a evolução dessa linha específica olhando para frente? Tem algum efeito não recorrente no trimestre que seria mais adequado a gente desconsiderar ou não? E se puderam dar também um pouquinho mais de cor de como funciona a mecânica desse incentivo com a Master eu agradeço.

E a outra pergunta seria quanto ao *marketplace*, a performance em abril foi impressionante, mais de 2 vezes a média diária observada no primeiro trimestre, e se vocês pudessem dar um pouco de cor para a gente como que está vindo esse volume agora em maio e como que está desenvolvendo a estratégia também seria bastante positivo. Obrigado.

Sr. João Vitor: Tomas, é João Vitor falando. Bom, obrigado pelas perguntas. Vamos lá, primeiro eu vou falar da questão da receita de MasterCard, receita de cartão, e com relação à receita total para o ano.

Eu acho que o que a gente pode passar de, vamos dizer, entre aspas, um *guidance* é um pouco do que eu falei, a gente acha que as receitas não financeiras, quer dizer, as receitas que não são oriundas de NII, devem chegar a 50% da receita total para esse ano, o que é muito bacana, assim, vai antecipar a previsão que a gente tinha, o sonho que a gente tinha disso para ano que vem. Então, sim, isso deve acontecer, pode acontecer.

Com relação a essas receitas ligadas à emissão de cartão, infelizmente a gente não pode falar muito do nosso *deal*, a gente tem cláusulas de confidencialidade, mas o negócio que chama a atenção e eu falei com relação à questão de termos já uma massa crítica importante, quer dizer, de termos escala ou essas pelas empresas, quer dizer, os emissores de cartão, as empresas de seguro, passam a procurar o banco mais ativamente, então a gente vê, por exemplo, que – isso a gente pode falar – esse *deal* nosso em termos de monetização ele é 60% mais eficiente que o *deal* anterior que a gente assinou em 2018, quando a gente tinha lá os nossos poucos 1 milhão de correntistas em 2018. Então, é uma eficiência muito maior.

E, com relação à sua última pergunta, muito pelo contrário. Quer dizer, a gente teve uma postura mais conservadora aí de reconhecimento de receitas desse novo *deal*. Então, pelo contrário, a gente não teve uma receita não recorrente nesse primeiro tri, a gente teve uma receita recorrente. Na verdade, a gente deveria ter tido mais receitas neste primeiro trimestre, mas como esse *deal* é um *deal* longo, um *deal* de 10 anos, a gente vai apropriando aí em todos os trimestres essa nova realidade desse novo *deal*. Então, isso é um pouco do receita de serviços e de MasterCard.

Indo agora para o *marketplace*, de fato, o Alexandre comentou aqui que a gente se cobra muito, e no nosso *call* do 4T19 a gente foi um pouco assim “poxa, esperávamos que a gente pudesse fazer mais do nosso *marketplace*”, e na época a gente estava começando, tínhamos acabado de lançar, mas nesse trimestre eu falo diferente, eu acho que a gente teve uma surpresa muito positiva no trimestre, uma surpresa muito positiva em abril, como o Alexandre já falou, e estamos tendo uma surpresa mais positiva ainda em maio.

Então, de forma prática, o mês de maio será consideravelmente melhor do que o mês de abril. “Ah, mas o mês não acabou”, mas não importa. Quando a gente vê os primeiros 15 dias, a gente vê que ele será consideravelmente melhor do que a abril.

E é o que eu falo, né, Tomas, a gente vê essa questão da materialidade dessas outras 4 avenidas ganhando peso, quer dizer, já temos essa massa de brasileiros usando o nosso *banking* e essas pessoas naturalmente estão começando a usar os seguros, o *marketplace*, investimentos. Então, a gente acha que, de fato, essa nossa plataforma, quer dizer, esse sonho desse ecossistema aí financeiro e não financeiras 100% digital já aconteceu. Agora, obviamente, precisamos escalar, continuar melhorando performance, otimizando despesa, diluindo custos que a gente investiu em todo esse projeto maravilhoso que a gente fez.

Mas, de fato, estamos muito animados com as receitas de serviço, especialmente com a receita do nosso *marketplace*.

Sr. Tomas: Perfeito, muito obrigado. Ficou bem claro.

Operadora: Com licença, lembrando que para fazer perguntas basta digitar asterisco 1.

Temos uma pergunta de Jorg Friedemann vinda pela *webcast*:

“Foi falado sobre o stress test durante a apresentação. Vocês poderiam dividir com a gente como vocês estão observando a potencial deterioração da carteira? Sabemos que a colateralização cresceu, mas a crise atual não tem precedentes. Qual o stress test que vocês têm feito em capital mínimo, atualmente em 28%, e NPL e cobertura, atualmente em 4,5% e 87% respectivamente?”

Sr. João Vitor: Bom, Jorg, obrigado pela pergunta, João Vitor falando. Só para a gente qualificar, quando a gente fala de *stress test* a gente está falando do *stress test* do modelo de negócio como um todo.

Indo direto à sua pergunta de capital, a gente não fez um modelo de *stress test* até porque a gente tem tanta folga de capital, mas tanta folga de capital que a gente não viu necessidade de fazer um *stress test* de capital regulatório. A gente teria que triplicar ou quadruplicado a nossa carteira de crédito num horizonte curtíssimo, que obviamente não é o que a gente vai fazer agora nesse momento de deterioração econômica para que a gente viesse a ter que pensar em reforço de capital, em levantar novos recursos via *follow-on*. Então, essa questão de capital regulatório e *stress test* não é importante para a gente.

Com relação ao índice de cobertura, o Alexandre pontuou aqui, a gente não por acaso, tá, a gente sempre quis ter um portfólio de cartão de crédito pequeno e um portfólio de créditos colateralizados – leia-se imobiliário consignado grande. Então, quando a gente vê a questão do *stress test*, aí tem uma outra tecnologia para fazer isso, que é a perda esperada. Então, como é que a gente faz os nossos índices de cobertura e de provisionamento? A gente tem a base, que é a 2682, e a gente faz, além da 2682, o que você acha que você pode ter de perda em relação ao seu histórico.

De fato, a gente está vivendo um momento diferente, ninguém sabe ainda como será a performance dos brasileiros, das empresas e das pessoas físicas, mas, de novo, temos um LPV na nossa carteira de crédito imobiliário abaixo dos 50%, então isso é muito bom, temos uma perda esperada histórica baixíssima e, no caso do cartão de crédito, que é o único produto *clean*, vamos dizer assim, que a gente tem, que depende simplesmente da vontade da pessoa pagar porque às vezes ela não pode ter recurso, isso representa 5% da nossa carteira de crédito.

Não o crédito parcelado, né, o crédito da fatura do cartão, mas o crédito rotativo e o parcelado da pessoa que não paga a fatura. E o que a gente tem visto, e Alexandre comentou, a gente estava tendo em torno de 1,5 milhões a 1,7 milhão de recebimento de créditos em atraso do cartão nos 2 trimestres de 2019, e nesses trimestres agora de 20 a gente já está tendo um índice de recebimento de 3,5 milhões por mês, sendo que a nossa carteira de cartão de crédito continua mais ou menos do mesmo tamanho.

Então, se a gente fosse fazer, se não tivesse o COVID, a gente teria até que tirar provisão da nossa carteira de cartão de crédito porque a nossa perda esperada está menor do que a perda incorridas. Mas a gente optou por não fazer isso e manter esse nível de cobertura para perdas do cartão. Então, a gente acha que está bastante confortável, está muito seguro com relação ao nosso portfólio de crédito. Eu falo muito que a gente perde no momento de bonança e de crescimento, a gente perde a receita porque são carteiras que têm margens menores, mas, em compensação, no momento de mais incerteza a gente fica mais seguro porque elas são mais protegidas.

Então, um pouco da cabeça nossa do nosso DNA aqui de estar mais na eficiência e menos no crescimento de NII, trabalhar com produtos mais seguros, a gente sempre falou nos nossos *calls*, nas nossas visitas com investidores que a gente não quer trabalhar com esses produtos mais ariscos, né, que têm taxa de retorno muito altas, então está muito seguro mesmo em função de uma crise sem precedentes como essa.

Obviamente, se daqui 1 mês, 2 meses a gente achar que tem uma deterioração em um desses portfólios, a gente obviamente fará reforço de provisão, como sempre fizemos, tá bom? Obrigado.

Operadora: Com licença, a próxima pergunta também vem de Jorg Friedemann, através do *webcast*:

“Poderiam divulgar qual foi o impacto do novo acordo de MasterCard no resultado do primeiro trimestre de 2020? Como isso deve continuar impactando os resultados nos próximos trimestres?”

Sr. João Vitor: Bom, obrigado, Jorg. O resultado foi mais ou menos de 15 milhões bruto, né, *free-tax*, né. Como a gente falou, a gente assumiu isso nesse trimestre e, na verdade, a gente deveria ter tido um resultado muito maior, mas a gente está diferindo esse resultado aí para os próximos trimestres. Então, eu diria que a gente deve ter nesse nível para cima medida, né, à medida que a gente vai crescendo o número de correntistas, esses números crescem também porque tem a ver com o número de correntistas, com *spending*, então vamos dizer que a gente tem um recorrente aí desse patamar para cima.

É o que a gente pode falar, assim, em termos de o máximo de visibilidade que a gente pode dar em função de a gente ter cláusula de confidencialidade nesse *deal* que a gente assinou com a Master. Mas, de fato, como eu falei, foi um *deal* sensacional, a gente melhorou muito a eficiência do nosso produto cartão de crédito à medida em que a gente fez esse novo acordo. Então, estamos bastante satisfeitos com esse *deal*.

Operadora: Temos mais uma pergunta do Sr. Friedemann:

“Finalmente, sabemos que vocês constituíram uma posição relevante em cotas de fundos imobiliários durante o 4Q19. Essa posição trouxe um resultado positivo

expressivo no final do ano passado, mas se refletiu em uma queda expressiva nesse último tri.

Podem dar um pouco mais de cor sobre essa posição, tipos de ativos carregados pelos fundos comercial ou residencial, baixa ou alta renda e se esperam reduzir essas exposições proprietárias nos próximos períodos ou se isso deve, de fato, ser um novo normal em termos de política de Tesouraria?”

Sr. João Vitor: Jorg, depois a Helena pode passar isso mais detalhadamente, mas a nossa posição de Tesouraria que hoje sofreu – quando eu falo hoje, é o primeiro trimestre – em relação a *mark-to-market*, ela não é só de fundos imobiliários, não, tá? São alguns fundos imobiliários, multimercados.

Com relação à fundos imobiliários, a gente não tem pretensão de desfazer deles. Muito pelo contrário. A gente falou sobre carregos. Para quem entende, o carregos desses fundos é muito positivo, são carregos aí de 150-160% do CDI. Então, seria burrice da nossa parte desfazer disso agora. Isso não só para os imobiliários como para os multimercados também como para as debêntures também.

Agora, esse é o novo normal, não no aspecto impacto, mas no aspecto do tamanho de créditos de, vamos dizer, de TVM que a gente tem na nossa Tesouraria, porque se você for pensar, como o Alexandre falou, há um tempo atrás, a gente tinha uma Tesouraria muito pequena por razões óbvias, a gente tinha poucos clientes, poucos depositantes. Hoje os nossos nomes vão ficando muito grandes, então hoje a gente já tem um caixa de 5 bi. Então, é natural que a gente vá ter uma exposição alguma coisa entre 0 a 10% em TVM, e não só em título público, a gente trouxe recentemente, tem 2 meses que está com a gente, o Gustavo, que o nosso novo tesoureiro, exatamente para que a gente faça uma gestão boa.

Então, o que a gente está vendo é o seguinte, é manter essa posição porque não seria inteligente desfazer dela, muito pelo contrário, a gente acha que numa condição normal de mercado a gente pode ter o *mark-to-market* correto isso dá resultado para a gente, mas aos poucos, à medida que a gente vai ganhando mais depósito à vista e mais depósito a prazo, como o Alexandre comentou, e isso tem acontecido de maneira forte, esse percentual de TVM em relação ao caixa total, em relação à posição de Tesouraria, ele vai sendo diluído. Então, essa política para a gente, com relação a esses títulos de valores imobiliários, é tido pela nossa Tesouraria.

Operadora: A próxima pergunta, também através de *webcasting*, vem de Larissa Quaresma, da Núcleo Capital:

“Se puder explorar um pouco mais do Intercel e como será dividido os economics da parceria.”

Sr. João Vitor: Bom, Larissa, João Vitor de novo. Obrigado pela pergunta. Eu acho que o Intercel tem um aspecto interessante. Quando a gente fala de crescimento da

nossa base de clientes, a gente tem que crescer a base de clientes e crescer o número de produtos e serviços que eles consomem, mas também a gente tem que crescer a monetização daqueles produtos específicos.

Então, como eu comentei, nós já temos hoje na nossa base 400 mil pessoas que fazem recarga de celular recorrentemente todos os meses no Banco Inter. Poxa, a gente tem uma comissão simplesmente para prestar esse serviço de recarga, porque ela é baixa, ela hoje é em torno de 4%. Se a gente conseguir migrar essas pessoas, novas pessoas também, novos clientes para a Intercel onde os *economics* são substancialmente maiores, nós estamos falando aí superiores a 2 dígitos de rentabilidade, a gente tem um ganho muito importante.

Então, a Intercel ajuda a trazer monetização para esses nossos clientes, mas, mais do que isso, eu acho que a gente traz engajamento. Eu falo muito – de novo, voltando para aquele nosso conceito das 5 avenidas, voltando para aquele conceito de que a gente é hoje mais do que, no bom sentido da palavra, meramente um banco digital, somos uma plataforma digital –, à medida que a pessoa tem a telefonia dela com a gente, o *marketplace* com a gente, os serviços financeiros com a gente, um empréstimo, o seguro, o investimento, a gente passa, de fato, a ter um engajamento e uma, vamos dizer, quase que uma relação umbilical dos clientes com a gente muito forte. E isso depois é difícil de ser quebrado. É difícil lá na frente um cliente, vamos dizer assim, sair desse ecossistema e ir para um outro novo ecossistema ou tentar fazer a vida dele em 3 ou 4 plataformas diferentes: uma bancária, uma de telefonia, uma de *marketplace*.

Quer dizer, a gente acha que esse é o grande valor do nosso com a nossa empresa, do nosso projeto. E a gente acha que o Intercel, quer dizer, todos os brasileiros lidam com telefonia, é um negócio que está presente na vida de todo mundo, principalmente para os clientes digitais, que é o nosso foco, os clientes têm que ter um telefone, tem que ter um pacote de dados. Então, a gente acha que foi um movimento muito acertado e, de novo, quer dizer, bolamos isso no começo de janeiro e estamos aí em maio, quer dizer, em mais ou menos 4 meses e meio conseguimos entregar e implementar isso já, já está em operação no mercado.

Então, não só a estratégia foi muito bacana, mas eu acho que a entrega, a velocidade, o *time-to-market* foi muito legal. Então, essa é um pouco a visão para o Intercel.

Operadora: Com licença, lembrando que para fazer perguntas por áudio basta digitar asterisco 1. Estrela 1.

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. João Vitor Menin para as considerações finais. Por favor, Sr. João Vitor, pode prosseguir.

Sr. João Vitor: Bom gente, obrigado pela audiência, obrigado por todos que nos acompanharam. Agradeço de novo os funcionários, nossos acionistas, nossos clientes

que estão com a gente nessa jornada aí, temos 25 anos de mercado e cada vez evoluindo mais o nosso projeto.

E, por último, um só ressaltar, a gente tinha algumas outras perguntas aqui pela *webcast*, mas em função de questão de tempo, para poupar o tempo de todos, como a gente sempre fala, a gente vai responder todas essas perguntas através do nosso RI, a Helena, nossa Diretora de RI está na linha quando a falou, a gente vai entrar em contato com os clientes e passar essas respostas para vocês, tá bom? Obrigado e bom dia a todos.

Operadora: A teleconferência do Banco Inter está encerrada. Agradecemos a participação de todos, tenham um bom-dia e obrigada por usarem Chorus Call.