

**Teleconferência de Resultados 4T18**  
**Banco Inter**  
**24 de janeiro de 2019**

**Operador** – Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco Inter para discussão dos resultados referentes ao quarto trimestre e ano de 2018.

Estão presentes hoje conosco o diretor presidente do Banco Inter, **Sr. João Vitor Menin**, o Vice-Presidente, **Sr. Alexandre Riccio de Oliveira**, e a Head 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 \*0. Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet via webcast podendo ser acessado através do endereço [ri.bancointer.com.br](http://ri.bancointer.com.br), onde se encontra disponível a respectiva apresentação. O replay deste evento estará disponível logo após o 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 essa 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 essa 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 a informação 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.

**João Vitor Menin** – Bom dia a todos. Este é um dia importante para a gente, nosso quarto *call* de resultados desde a nossa abertura de capital ocorrida em abril final de abril então estamos fechando um ciclo de praticamente um ano completo. Antes de mais nada, da gente entrar nos detalhes operacionais e os detalhes estratégicos, eu queria agradecer a presença de todos vocês. A gente tem tido cada vez mais pessoas participando do nosso *call* de resultados e cada vez mais acionistas pessoas físicas na nossa base. Eu queria também estender esse agradecimento aos nossos mais de um milhão e meio de clientes. Eu faço questão de todos os dias, fora os finais de semana obviamente, olhar nas mídias sociais os comentários, as colocações e os feedbacks que nossos clientes dão sobre o nosso modelo de negócios e sobre os nossos produtos. A gente ficou muito satisfeito de ver ontem 351 comentário sobre o nosso *release* de resultados. Quando a gente passa por cada um deles a gente vê que os comentários são muito satisfatórios, são muito positivos. A gente vê as pessoas aplaudindo o modelo de negócio do Banco Inter. A gente agradece o apoio e a participação dos nossos clientes.

Eu queria falar também que a gente está satisfeito, esse é um ano importante para Brasil. A gente tem muitas reformas importantes para acontecer, uma expectativa de toda população de um ano bom, de uma economia mais forte.

A gente fica satisfeito de ser também a primeira empresa listada na B3 a reportar resultados. Isso é muito importante. Abrimos essa safra e apresentamos resultados muito positivos. A gente está muito satisfeito não só em ser a primeira empresa como também reportar resultados muito positivos.

A gente fala que o nosso resultado mostra, tanto o ponto de vista operacional como do ponto de vista dos números contábeis, os números financeiros, dados muito interessantes, muito significativos e muito empolgantes para a nossa administração. A gente vê aqui o movimento que o banco está fazendo no mercado bancário brasileiro, primeiramente no mercado de serviços, mas futuramente no mercado de crédito. A gente vai falar um pouco sobre isso, do Banco Inter 2.0. A gente vê que o movimento é transformacional. Não é um movimento evolutivo. A gente vê que a forma que a gente está colocando para os brasileiros reduzirem o custo de se bancarizar, até consumir mais produtos. É uma plataforma completa, um negócio muito bacana. Falando um pouco dessa questão do crédito que eu comentei, a gente fala muito do nosso projeto Banco Inter 2.0. Por que 2.0? O nosso projeto Banco Inter 1.0 foi mexer na qualidade e no custo dos serviços bancários e a gente foi capaz de colocar isso em pé com a nossa conta completa, digital e gratuita. Agora a gente vai para esse projeto nosso do Banco Inter 2.0 que é levar um crédito mais eficiente também para o cidadão brasileiro, como um serviço de dívida menor para as famílias. Como é que a gente vai conseguir fazer isso? À medida que esse ciclo virtuoso nosso vai acontecendo a gente começa a ter um canal de distribuição mais barato. A gente começa um *funding* muito mais barato e competitivo, de forma que a gente pode levar os nossos correntistas produtos colateralizados e seguros, uma carteira boa saudável, para que a gente possa ter uma taxa de juros compatível. Então esse é o projeto Banco Inter 2.0.

A gente cresceu 30% a nossa carteira de crédito no passado, mesmo em um ambiente difícil. A gente tem certeza que num ambiente mais propício em 2019 esse crescimento pode ser ainda mais robusto à medida que a gente pega a melhoria do custo de *funding* e esse canal de distribuição mais eficiente. Então a gente está muito animado com esse Banco Inter 2.0.

Por último eu queria falar, pegando um gancho naquela questão de sermos digital gratuito e completos. O ano passado foi um ano importante e a gente brinca que, no apagar das luzes no final de dezembro próximo ao Natal e a virada do ano, a gente colocou um projeto muito importante de pé no sentido de deixar o banco ainda mais completo, que foi a nossa PAI, nossa Plataforma Aberta Inter. O que é a PAI? A nossa Plataforma Aberta Inter é uma plataforma de investimentos completa onde você pode investir em ações no Home Broker gratuito, você pode fazer sua previdência, você pode comprar títulos públicos, títulos privados, Tesouro Direto, você pode fazer Câmbio, você pode comprar CDB's e LCI's do Banco Inter e de outros Bancos. Isso é muito importante. A gente via que os nossos clientes e nossos mais de 115 mil investidores aqui no banco queriam mais opções de investimentos. A gente está muito animado com o sucesso que a PAI vai fazer. Ela deixa o nosso projeto e nosso produto ainda mais completo.

Acho importante falar que a gente não dá *guidance* de mercado mas a gente visita muito investidor e faz muito *Non Deal Roadshow* e de certa forma a gente brinca que tinham alguns *guidances* informais para o ano de 2018 do Banco Inter e todos eles foram batidos alguns até com muita folga. Por exemplo, a receita de serviços em relação à receita total do banco que a gente achava que conseguiríamos chegar com mais de

20%, *guidance* batido. Chegamos com mais de 20% das receitas de serviços que são mais perenes e mais saudáveis. ROAE superior a 10%. Chegamos no ROAE superior a 10%. Porque ROAE? A gente teve um efeito marcante em termos de tamanho do *equity* que foi o nosso IPO que aconteceu em abril. Entregamos 1 milhão de contas, que já tínhamos soltado na nossa prévia, batemos com bastante folga e fechamos o ano com 1.450.000 contas.

Com relação à eficiência, para fechar e passar a palavra para nosso CFO, a gente lançou também em dezembro um processo mais eficiente de abertura de contas com experiência melhor para o usuário e índice de aproveitamento dos limites maiores. Com isso a gente conseguiu converter 50% das solicitações que chegam contra 35% que a gente tinha. E reduzimos em 30% os chamados relativos à demanda de abertura de contas no nosso call center, nosso atendimento. E para fechar questão de eficiência ontem a gente estava reparando que às 10 horas da manhã, quer dizer, no horário de abertura das agências bancárias, o Banco Inter já tinha aberto 1.900 contas. Isso ilustra um pouco como é esse modelo é interessante e bacana.

Agradeço a todos, obrigado pela presença. Vou passar a palavra para o Alexandre, nosso CFO, e depois a gente vai para as perguntas respostas.

**Alexandre Riccio de Oliveira** – Bom dia a todos. Queria agradecer a participação no nosso quarto *call*. Vou falar um pouco sobre a evolução do nosso negócio abordando quatro tópicos: crescimento, engajamento dos clientes, monetização e alguns aspectos financeiros.

Começando com crescimento, nós tivemos uma manutenção do nosso ciclo virtuoso, um trimestre muito bom. Relembrando, nós tínhamos dois objetivos estratégicos quando nós iniciamos lá em 2015/16 nosso projeto de banco de varejo digital que era ter um *funding* mais competitivo e uma diversificação de receitas maior com o objetivo de crescimento das receitas de serviços. Isso viria através do banco de varejo ao trazer uma massa grande de clientes. Tudo isso continuou dentro do previsto com bons resultados. O número de clientes chegou a 1,452 milhão, nós mantivemos um crescimento diário bastante expressivo de 0,5% por dia útil, um crescimento exponencial. Nosso curso de *funding*, que no final de 2017 estava em 91,3% do CDI, chegou a 81,6% do CDI, nos colocando em uma posição de provavelmente o sexto banco no Brasil a conquistar um *funding* autenticamente de varejo. Talvez hoje só os cinco bancos além do Banco Inter têm essa característica de *funding*. As receitas de serviços subiram também bastante, de um total de 15,7% em 2017 para 20% em 2018.

Indo para a parte de engajamento, continuamos com forte engajamento dos clientes, um engajamento crescente. Fechamos o ano de 2018 especificamente o mês de dezembro com quase 850 mil clientes ativos no mês. Lembrando que o que nós chamamos de clientes ativos são aqueles que geram receita. E o que possibilitou que nós tivéssemos esse grande número de clientes ativos é o fato de a gente se um banco completo. Lembrando o que João Vitor comentou que nosso tripé estratégico de ser um banco digital, gratuito e completo. O completo nos traz essa facilidade de engajamento dos nossos 1,452 milhão no final do ano.

Nós tivemos quase 650 mil clientes utilizando os nossos cartões. Fechamos o ano com 115 mil investidores nos diversos produtos. Tivemos um número interessante também de quase 1 milhão e 100 mil recargas de celular ao longo do ano. Mais de 22 mil adesões digitais de seguros e o lançamento da nossa poupança que nós brincamos internamente quer um lançamento desprezioso e em pouco mais de três meses do lançamento, já temos 32 mil correntistas com saldo em poupança. Então, assim, temos um público

altamente engajado e gente vê isso de diversas formas. O último ponto, também interessante, foram os 16,5 milhões de logins no mês de dezembro. A gente fala que quando a gente pensa na evolução dos modelos de negócio no passado os varejistas queriam o que eles chamam de *foot traffic*, que são pessoas andando dentro das lojas para gerar a venda espontânea. E no nosso caso o equivalente a isso é o número de logins grande, que a gente tem mais oportunidade de interagir com clientes, mais oportunidades de fazer as ofertas de produto e isso está acontecendo na hora que a gente vê esses 16,5 milhões de logins. Isso equivale a aproximadamente um login por cliente ativo por dia útil.

Indo para a parte de monetização, vou falar um pouquinho sobre serviço e um pouco sobre crédito. No serviço a gente saiu dos 47 milhões para 99 milhões nas receitas de serviço ano contra ano, 110% de crescimento, uma base de receitas bem diversificada. Nossa parte de cartões que saiu de 4,5 milhões de reais de receitas de intercâmbio para 21,1. Incluindo as receitas de performance isso já chegou a quase 44 milhões de reais nesse nosso negócio cartões. O *floating*, que é a rentabilidade do depósito à vista, chegou a 16,8 milhões, direcionado pelo crescimento expressivo do nosso depósito à vista que saiu de 231 milhões para 618. Comissões de seguros também tiveram um crescimento expressivo de 11 para 17,7 milhões na comparação ano contra ano. Nossa DTVM, que vai ser potencializada pela PAI, que é a Plataforma Aberta Inter que o João Vitor comentou, também teve um crescimento expressivo nas receitas, saiu de 2,3 milhões para 5,1.

Então em serviços claramente tivemos um ano positivo, estamos no caminho certo e em crédito não foi diferente. A gente teve um crescimento de 28,3% sendo quase 30% na carteira de crédito, saindo de 2,6 bilhões para 3,3, muito acima do que a gente observou no mercado brasileiro que não teve um crescimento expressivo. O que nos motiva olhando para a frente com o Brasil crescendo de forma um pouco mais intensa. Nós vamos ter um potencial vento de cauda na nossa carteira de crédito. A carteira terminou com a esses 3,3 bilhões com uma participação já mais expressiva dos cartões com 10% e o crédito imobiliário como principal vetor de crédito com 58,3%. Nossa margem financeira líquida subiu de 8,2% para 9,6% na comparação ano contra ano. Tivemos uma melhoria na qualidade da carteira com o nosso NPL indo de 5,2 para 4,4%.

Indo para alguns *highlights* financeiros, nosso lucro líquido recorrente saiu de 53 para 74 milhões, crescimento de 38%. ROAE recorrente de 14,8 para 10,4. Apesar do efeito da entrada de recursos do nosso IPO que foi realizado pouco depois do fim do primeiro trimestre nós conseguimos entregar um ROAE recorrente de dois dígitos. Era uma meta interna importante que a gente conseguiu bater.

Nosso Patrimônio Líquido saiu de 383 milhões para 948, quase 950, ano contra ano, e Basileia que finalizou 2017 com 17,2% finalizou agora 2018 com 29,9% o que nos dá um certo conforto para o crescimento nos próximos meses.

Com isso, eu vou passar a palavra para Helena, que tem algumas informações, para que então a gente abra para as perguntas e respostas.

**Helena Lopes Caldeira** – Bom dia. Gostaria de agradecer a participação no nosso *call* de resultados. Gostaria só de dar uma última mensagem rápida, reforçando nosso canal de RI também para nossos acionistas pessoa física. Já são mais 15 mil pessoas na nossa base de acionistas, e reforçando esse canal que não é só aberto para acionistas e investidores institucionais, mas também muito relevante nossa base de pessoas físicas, que podem entrar em contato com a gente através do nosso site de RI, telefone e e-mail [ri@bancointer.com.br](mailto:ri@bancointer.com.br).

Já fazendo um link as principais perguntas que vem desse público, muito questionado porque a gente não tem a listagem das nossas ações ordinárias. Então já colocando aqui, por causa de questões regulatórias nós não pudemos listar as nossas ações ordinárias, mas a gente já tem um processo aberto no Banco Central para que isso possa ocorrer então tão logo a gente tenha uma aprovação, a gente vai analisar estrategicamente essa possibilidade de listagem.

Com isso a gente pode abrir agora para perguntas e respostas.

### **Sessão de Perguntas e Respostas**

**Operador** – Senhoras e senhores iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta por favor digitem \*1. Para retirar a pergunta da lista digitem \*2. A nossa primeira pergunta vem de Thiago Kapulskis, BTG Pactual.

**Thiago Kapulskis** – Bom dia João, Alexandre e Helena. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas no *call*. Eu tenho duas perguntas. A primeira é em relação à oportunidade de monetização para 2019. Vocês já conseguiram crescer bastante a base de clientes e obviamente têm bastante oportunidade para esse ano, mas queria entender um pouco melhor como é que vocês estão vendo essas oportunidades, que tipo de produto, que tipo eventualmente de cliente, enfim, qual é a estratégia para vocês conseguirem monetizar a plataforma e os produtos que vocês criaram em 2018. Essa seria minha primeira pergunta. T

E a segunda pergunta é em relação à eficiência. Como se deveria olhar para isso aí nesse ano de 2019? É um equilíbrio, vamos dizer, de duas forças. Vocês tem oportunidade de escalar várias das iniciativas que vocês fizeram inclusive várias bastante recentes mas ao mesmo tempo vocês também, imagino, precisam continuar investindo na plataforma, em ter cada vez um serviço mais completo e robusto para o cliente de vocês e para atrair também novos clientes. Queria entender como é que vocês estão pensando nesse índice de eficiência também.

**João Vitor Menin** – Bom, Kapulskis, João Vitor falando. Obrigado pelas duas perguntas. Começar primeiro pela monetização e serviço depois a gente fala um pouco de eficiência. Com relação à monetização e serviços fica claro para gente que a gente não quer simplesmente clientes que são correntistas de um banco. A gente tem visto e a gente fala muito até no nosso Release que a gente colocou sobre a construção de Super App. O que é que está virando o app do Banco Inter? Ele está virando um app com vários serviços então, por exemplo, como o Alexandre comentou de recarga de celular. Nós estamos entrando agora, por exemplo para você entender o que é esse Super App, o Zona Azul, que é o rotativo de veículos que param nas cidades brasileiras. Estamos entrando agora também com o *market place* de produtos como o *giftcard* e pacotes Office, enfim, tem muita aderência com a nossa base. Então a pessoa faz muita coisa no nosso app inclusive pagar suas contas, suas transferências e investir seu dinheiro.

Então quando você pergunta o que tem pela frente, primeiro a gente tem a consolidação de muita coisa que já foi colocada em 2018. Em 2018 a gente trabalhou muito pesado, muito investimento, para poder colocar, por exemplo, no final do ano nossa Plataforma Aberta Inter. A nossa Plataforma Aberta Inter vai ajudar muito a monetizar, a fazer próximo *cross-selling* dos nossos clientes. E tem coisas muito



significativas em termos de novidades para 2019? Não, porque a gente já é muito completo. Agora, todos esses produtos que a gente falou, por exemplo, o consórcio, que já entrou e o câmbio que já entrou a gente vai escalando, vai dando experiências diferentes por exemplo o câmbio que era via mesa já é via app, alguns produtos da plataforma aberta que eram via mesa já são via app. Então a gente tem para 2019 um ano de consolidação desses produtos que já fazem o nosso Super App ser uma experiência completa para os nossos clientes.

Falando de eficiência, eu acho que esse é um tema recorrente e a gente sabe que os analistas de mercado financeiro gostam de olhar muito esse índice de eficiência. Só que eu acho que a sua é pergunta pertinente, mas a gente tem que fazer um parêntese aqui porque o Banco Inter não é um grande banco tradicional. Então a gente fala que quando a gente compara o nosso índice de eficiência a gente tem que fazer algumas ponderações importantes. Se a gente pegar um banco grande que é referência de mercado e abrir as receitas a gente vê que muitas dessas receitas não estão no nosso modelo de negócio. Aí eu faço uma observação especial com relação às tarifas. Veja bem, as tarifas bancárias são a maior contribuição de do índice de eficiência baixo dos grandes bancos o que é totalmente fora do modelo de negócio do Banco Inter. Então se você falar que o nosso modelo é eficiente ele é supereficiente. O nosso indicador de índice de eficiência é bom? Não, por dois motivos: primeiro porque a gente não tem as tarifas que são importantes. Se a gente pegar o nosso tarifômetro que ano passado bateu mais 600 milhões de reais e colocasse, nem tudo, mas uma parte disso, digamos, 20%, 15% disso, daria para ver para onde iria nosso índice de eficiência. E segundo, que a gente está em um processo de investimento grande. Quer dizer, a gente era um banco tradicional que virou um banco de varejo há dois anos e meio atrás. Colocamos todos esses produtos que a gente falou na nossa plataforma. Fizemos a migração para a nuvem em 2018, trocamos nosso *core* bancário, fizemos a abertura de capital, lançamos, vamos dizer, uma XP toda dentro do nosso app. É muita coisa acontecendo. Dobramos o número de funcionários. A gente está confortável com esse índice de eficiência, o número propriamente dito. A gente não vai tirar os investimentos do nosso modelo, o crescimento, para que a gente possa entregar um índice de eficiência que o mercado vai gostar mais. A gente não acha que esse é o *approach* correto.

**Thiago Kapulskis** – Está super clara a estratégia. Então só para entender um pouco melhor, nesse ano de 2019 a gente deveria esperar um pouco menos de lançamento de produtos ou de iniciativas novas, mas justamente porque o ecossistema está muito pronto, ou seja, oportunidade de escalar cada vez mais parece fazer bastante sentido. É isso mesmo, João Vitor?

**João Vitor Menin** – É isso mesmo, Kapulskis. Obviamente eu falo que a gente vai continuar sendo criativo e inovador em 2019? Sim. Só que tem um limite. Nem tem produtos para gente lançar em 2019 na mesma quantidade que a gente lançou em 2018. A gente já chegou em uma plataforma bem completa, bem amigável para os nossos clientes. Obviamente tem coisas novas, algum produto ou outro. Algumas novidades em cartão que a gente vai apresentar mais pra frente. Mas é realmente melhorar, *cross-sellar*, e as pessoas usando mais essa plataforma já robusta, esse Super App que a gente tem na mão.

**Thiago Kapulskis** – Legal. Excelente. Muito obrigado pelas respostas.

**Operador** – A próxima pergunta vem de Rafael Frade, Bradesco.

**Rafael Frade** – Com relação ao crédito consignado, me surpreendeu bastante que após mudança de posição reduzindo os pastinhas teve até um aumento na originação. Se vocês pudessem comentar um pouco mais como é que foi esse processo, que hoje no quarto trimestre 100% foi originado através do canal digital, eu queria entender um pouco mais sobre isso.

**João Vitor Menin** – Frade, João Vitor falando, obrigado pela pergunta. Isso é muito legal assim, quando a gente fala como eu falei lá atrás aquela questão do Banco Inter 2.0 que gente tem hoje *funding* barato e a gente tem um canal de distribuição eficiente, o consignado cai exatamente nesse binômio. A gente reduziu nosso custo de *funding*, então sem canibalizar os nossos NIM's e os nossos *spreads* a gente pôde reduzir muito fortemente a taxa do nosso crédito consignado e colocamos o nosso *digital sales* que está de baixo da Priscila, a nossa diretora de CRM, que é uma super super atuante que faz todo um *Omnichannel* de produtos não só de consignado mas de todos os produtos do banco, colocamos um gás forte nele e mudamos o foco: deixamos de gastar energia para vender via pastinhas e passamos a gastar energia para vender no nosso *digital sales*. A gente fala que hoje a gente tem um pesqueiro grande então vamos pescar nesse pesqueiro. Então com todas essas iniciativas e taxas melhores, mais foco no cliente, a gente conseguiu sem os gastos em comissões de pastinhas fazer uma produção maior do consignado. E não só a produção aumenta, mas mais do que isso é a qualidade da produção. A produção via pastinhas é uma produção frágil com problemas às vezes de fraude e com problemas de você não ter o cliente final na sua mão para poder *cross-sellar*. Então não só você elimina o custo do pastinha, mas você tem um cliente que é seu, é cliente do Banco Inter e é um cliente de mais qualidade, menos suscetível a fraudes. Então assim, foi muito bacana o que a gente conseguiu fazer no consignado no segundo semestre. Era um desafio, para ser sincero a gente tinha até medo de fazer *catch-up* de produção rápido e a gente brigou esse desafio em um mês e meio, foi muito bacana.

**Rafael Frade** – Obrigado, João.

**Operador** – Senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas basta digitar \*1.

A próxima pergunta vem de Carlos Daltozo, Eleven Financial.

**Carlos Daltozo** – Bom dia João, bom dia Alexandre, bom dia Helena. Duas questões também.

A primeira com relação à abertura de conta PJ. Como é que vocês estão vendo os desafios aí nesse segmento de abertura de contas e lançamento de novos produtos que casa um pouco ali com aquisição.

E a segunda questão com relação à competição, novos sites MEI's, Pagseguro conseguiu licença de banco... Como é que vocês estão vendo o cenário competitivo?

**João Vitor Menin** – Daltozo, João Vitor falando. Obrigado pelas perguntas. Vou falar primeiro do PJ. Olha que legal: eu falo que o mercado de pessoa física no Brasil, o mercado de serviços bancários, era um ambiente ruim para as pessoas físicas, com tarifação altas, atendimento precário e algumas cidades até sem serviço. Então quando a gente fala que a gente revolucionou esse mercado com zero tarifa, plataforma completa e modelo digital, aquilo que eu brinquei, quer dizer, antes das 10 da manhã 1900 pessoas já tinham aberto a conta naquele dia. Isso é muito legal. Agora quando você passa para PJ, a situação é ainda mais dramática. As tarifas são mais altas, o atendimento é pior ainda, a assimetria de informação é grande então você tem produtos que não se encaixam com a necessidade real daquela “pejotinha” que é aquela empresa pequena. E de novo, estou falando sempre para a cauda longa. A grande empresa, a empresa *corporate, large* no Brasil é muito bem atendida. Então o potencial do PJ é muito grande e casa com aquela questão até do *cross-selling* que você falou também com aquisição, com vários outros produtos. Por termos uma plataforma completa a gente pode fazer muita coisa para esse PJ: folha de pagamento, a parte de seguros do comércio dele, se ele quiser segurar a padaria dele. Agora, infelizmente a gente não consegue fazer tudo ao mesmo tempo. Para a gente sair para um milhão e meio de correntistas PF a gente focou muito mais nas melhorias do app e da nossa experiência para a pessoa física em 2018. E no final de 2018, em dezembro, a gente lançou uma primeira versão de um aplicativo focado totalmente para PJ. Ele nasceu na versão embrionária ele vai sofrer agora em 2019 muitas e rápidas evoluções, novas versões, para que a gente possa estender para pessoas jurídicas a mesma qualidade de produtos espetaculares que tem a gente tem para PF. Assim a gente abre um espectro muito grande de novos clientes. Então esse é o caminho para o PJ. Vocês vão ver em 2019 muita empresa adotando a solução Banco Inter.

A sua segunda pergunta, com relação à competição, Daltozo, eu falo muito assim, hoje a gente tem um mercado gigantesco no Brasil, mais de 200 milhões de pessoas, muita gente ainda não bancarizada, muita gente infelizmente mal atendida, então a gente tem um mercado endereçável muito grande. Vai ter competição? Sim. Já está tendo? Está tendo. Duas coisas importantes: eu falo muito que se a gente está em um mercado que não tem competição então talvez o mercado não seja muito bom. Então é normal que o modelo de banco digital que a gente colocou de pé, testou e viabilizou, chamasse atenção e está chamando, então as pessoas vão para isso aí. Alguns não conseguem entrar nesse mercado por questão de sistemas legados e isso é normal. Outros que são mais dinâmicos, mais digitais, tendem a entrar. Então, de novo, se a gente voltar no diferencial Banco Inter que por isso eu acho que a gente está tão bem posicionado e liderando esse movimento de banco digital no Brasil, a combinação que a gente tem de banco e *fintech* é muito positiva. É uma peculiaridade nossa. O que eu quero dizer com isso, Daltozo? A gente falou muito isso nos nossos *roadshows*. A gente tem a parte boa dos bancos, a gente tem uma carteira de câmbio, a gente tem uma DTVM, a gente tem uma carteira de empréstimos, de financeiro, de imobiliário, sabemos fazer ALM, regulatório, compliance, tudo isso, mas ao mesmo tempo a gente não tem um legado, a gente tem um sistema na nuvem, a gente tem um app bom, é gratuito, digital, então essa combinação faz com que a gente esteja à frente da competição. Podemos acomodar? De jeito nenhum. Então não vamos acomodar. Acho que tem espaço para muita gente. A gente brinca dos G5, são 5 grandes bancos no Brasil que tem 80% dos ativos e 95% do varejo bancário. Talvez eles vão ter 50%, por exemplo, e vão ter 3,4,2,5 players digitais que vão ter os outros 50% do mercado. Então a gente quer estar entre um desses, tem muito espaço. A gente não vai crescer a qualquer custo, não é a filosofia nossa do Banco Inter, crescer a qualquer custo simplesmente para ganhar *share*. Não é assim que a gente pensa. Mas estamos muito confortáveis com o ritmo de crescimento, com o espaço que a gente tem para avançar no modelo de banco digital.



**Carlos Daltozo** – Perfeito, obrigado.

**Operador** – Senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas basta digitar \*1.

Temos uma pergunta enviada pelo webcast, do Max Bohm, Empiricus Research.

“Gostaria de saber o que motivou o aumento da PDD no 4T18.”

**Alexandre Riccio de Oliveira** – Oi, Max. Obrigado pela pergunta. Bom, o que motivou foi o seguinte: bom, primeiro acho que todo mundo já está acostumado com nossa estratégia de crédito superconservadora, muito crédito imobiliário, muito consignado e um crédito empresas também amparado por colaterais, por recebíveis entre outros. A primeira notícia importante é que essa carteira está se comportando muito bem, e com nível de provisionamento bastante comportado. E porque então esse aumento? Primeiro o aumento parece expressivo por um problema de base. Como a gente tem essa carteira muito colateralizada com nível de provisionamento supercomportado qualquer aumento parece um aumento grande. Esse é um ponto. E de onde vem esse aumento? Vêm do nosso crescimento da carteira de cartão de crédito. Então a gente tem uma carteira que no final de 2017 era de 71 milhões e ela já fecha o 4T18 com 325 milhões. Então o crescimento dessa carteira está dentro do que nós desejávamos, o comportamento dela está dentro do que nós desejávamos, mas é uma carteira que acaba trazendo um pouco mais de provisionamento.

**João Vitor Menin** – Max, João Vitor agora falando. É interessante que se você faz uma análise trimestre a trimestre, mesmo na base nominal pequena, você tem um crescimento percentual grande. Mas se você comparar com o primeiro trimestre de 2018, segundo trimestre de 2018 quando esse número era muito maior que o do terceiro trimestre de 2018 você vai ver que na verdade a provisão não cresceu muito, o que é um bom sinal. Quer dizer, o 3T18 que foi menor que o 2T18 que foi menor que o 1T18 é fruto dessa colateralização nos outros ativos que o Alexandre falou. Então, por exemplo, 2017 e 2018, anos de atividade econômica ruim, emprego ruim, onde a gente começou a ter um nível maior de provisionamento, a gente conseguiu executar as nossas garantias no imobiliário, o consignado é bom e no *middle*, e fomos recuperando e caindo o nível de provisionamento nosso no balanço do 1T, 2T e 3T. Então ele foi caindo até chegar a um nível muito baixo. À medida que você pega um pouco de escala no cartão isso sobe nominalmente, mas é fruto de uma base muito baixa em função da estratégia de execução de garantias muito bem-feita nos últimos 24 meses no Banco Inter. Então esse é o motivo desse percentual chamar atenção.

**Operador** – Senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas basta digitar \*1 e para retirar a pergunta da lista basta digitar \*2.

Encerramos, nesse momento, a sessão de perguntas e respostas. As demais perguntas serão respondidas por e-mail pela equipe de RI.

Gostaria de passar a palavra para o **Sr. João Vitor Menin** para as considerações finais. Por favor **Sr. João Vitor**, pode prosseguir.

**João Vitor Menin** – Bom, gente, de novo agradecer a presença e todos, agradecer aos nossos clientes, funcionários. A gente tem tentado fazer os nossos *calls* um pouco mais rápidos para não se delongarem muito. De novo, a Helena está aqui de portas abertíssimas para todos vocês. A gente recebeu várias perguntas aqui pelo webcast e não dá para responder todas, então responderemos a elas todas depois através da nossa área de RI.

Estamos muito animados com as perspectivas para 2019, não só do ponto de vista macro, acho que todo mundo sabe disso, das reformas que gente tem, uma gestão que a gente espera que seja muito boa. Mas com o que a gente está fazendo no Banco Inter. O ano de 2018 foi um ano muito importante, muito intenso, muita boa, e a gente fala o seguinte, foi o ano em que a gente construiu um alicerce muito forte. Isso é muito importante. Seja tecnologia, seja nuvem, seja capital com IPO, seja plataforma completa, seja formação de time... A gente tem hoje um time espetacular, por exemplo, a gente em 2018 colocou 4 novos diretores. Aumentamos aí em quase 40% o número de diretores do banco, então temos hoje uma equipe muito boa. Trouxemos, por exemplo, o Rogério para a área de Riscos e Controles em função desse crescimento forte dos ativos de crédito do Banco. Então, temos um time de primeira, isso é muito importante.

E, para finalizar, pegando um ganho na pergunta do Daltozo sobre competição. Mais do que ter a tecnologia, que é uma ferramenta e não um meio, para sermos realmente um banco digital de cabeça temos que ter um *mindset* de ser pró-cliente, de entregar o que tem de melhor, com maior eficiência possível e com maior transparência. E isso não é fácil de conseguir, isso não é comprável. Tecnologia até é comprável, então isso está no DNA do Banco Inter e isso vai fazer muita diferença para a gente em 2019, 20, 21. Temos certeza de que a gente está transformando uma indústria bancária, uma indústria gigante no nosso país, e no final das contas obviamente que o a gente quer é que os nossos acionistas sejam ganhadores desse projeto, mas a gente fica satisfeito em saber que o brasileiro também está sendo um grande beneficiado dessa revolução bancária que a gente está fazendo. Então estamos muito animados, vamos em frente, contamos com o apoio de todos vocês. Um bom 2019 para todos nós. Obrigado.

**Operador** – A áudio-conferência do Banco Inter está encerrada. Agradecemos a participação de todos. Tenham um bom dia e obrigado por usarem Choruscall.