

Teleconferência de Resultados 3T19

Banco Inter

7 de novembro de 2019

Operadora - Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos a teleconferência do Banco Inter para discussão dos resultados referentes ao terceiro trimestre do ano de 2019. 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 esse 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. 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 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 essa teleconferência relativas às perspectivas de negócios do Banco Inter, projeções, metas operacionais e financeiras constituem em crenças e premissas da administração da companhia bem como 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.

João Vitor Menin – Obrigado. Bom dia a todos. Mais uma vez estamos reunindo para falar dos nossos resultados trimestrais e mais uma vez a gente está entregando resultados muito positivos para nossos acionistas, nossos funcionários e para todos os *stakeholders*. Neste trimestre em especial existem alguns marcos muito importantes. E eu estou muito satisfeito. Toda a nossa equipe do Banco Inter, todo time dos que levam as pessoas da base do topo da pirâmide, são 1.500 funcionários hoje trabalhando arduamente para entregar um sonho que foi pensado, foi literalmente sonhado há quatro anos atrás. E esse sonho era desafiar o *status quo* do sistema de varejo bancário brasileiro. Um sonho que parecia praticamente impossível. Passados quatro anos um IPO, um follow-on e várias novidades, a gente começa a ver que esse sonho está se tornando realidade.

Trimestre a trimestre a gente tem entregado resultados positivos, crescimento de base de clientes, e esses números vêm mostrando pra gente que não só a gente está convicto de que esse sonho se tornou realidade, mas os correntistas e pessoas brasileiras também têm reconhecido esse movimento. Eu acho que a gente tem feito essa luta contra o *status-quo* usando duas palavras muito importantes e muito marcantes: inovação e equilíbrio. Eu diria que as duas palavras espelham bem nosso DNA, principalmente o DNA dos últimos quatro cinco anos do Banco Inter quando a gente fez nossa transformação digital.

Nas nossas apresentações de IPO, follow-on, nos nossos *roadshows*, a gente sempre mostrou uma imagem marcante que é a combinação dos bancos tradicionais com um modelo de *fintech*, ou seja crescimento, estabilidade, lucratividade e velocidade. Isso é realmente o DNA do Banco Inter.

A gente conseguiu combinar esses dois mundos e por isso a gente tem sentido essa performance sensacional.

Falando um pouco de inovação eu acho que é importante frisar as entregas do trimestre. Não vou nem voltar nos últimos quatro anos. Foram muitas coisas que a gente conquistou e entregou, mas algumas coisas marcantes aconteceram.

Primeiramente a gente concluiu nosso follow-on, captamos 1,2 bilhão na B3 no final de julho. A gente está lançando hoje, foi construído ao longo do trimestre, mas estamos lançando hoje o nosso Super App. Aproveito a audiência do nosso *call* para convidar todos vocês, após a divulgação de resultados a gente terá uma *live* para que vocês possam conhecer em primeira mão como vai ficar um novo App do Banco Inter que realmente ficou sensacional. Vocês podem acompanhar essa *live* pelo Facebook e pelo YouTube.

A gente concluiu nossa primeira aquisição. Uma aquisição que a gente acha que vai gerar muito valor para o nossa PAI. compramos uma gestora de recursos tradicional com muita bagagem, com muita gente boa, com mais de 15 anos de mercado, com 4,5 bilhões em recursos sob gestão que é a DLM.

A gente não lançou vários produtos de seguro, fruto da nossa *JV* com a Wiz que aconteceu no segundo trimestre de 2019.

E a gente lançou um produto novo de crédito que é a conta margem da B3.

Essas entregas foram importantes, marcantes, obviamente com destaque para nosso Super App que vocês vão conhecer logo mais.

Falando agora do equilíbrio eu gosto de ressaltar o seguinte: os números vão passando, as coisas vão acontecendo, a gente às vezes não para para pensar o que a gente entregou, o que gente tinha com esse sonho de quebrar esse *status quo*. Então vamos aqui a alguns números: a gente mais que dobrou o número de correntistas do Banco Inter nos últimos 12 meses. Mas fizemos isso, usando o conceito da palavra equilíbrio, com o índice de Basileia de 44%, que talvez seja um dos mais altos do mercado brasileiro.

Fechamos o trimestre com o caixa líquido de 4 bilhões de reais. E ainda entregamos resultados positivos em todos os trimestres nesses últimos quatro anos, quando esse sonho estava sendo construído.

Então acho que uma palavra que fica explica bem esse momento realmente é equilíbrio. Mas essa questão do equilíbrio não significa que a gente teve um crescimento baixo, muito pelo contrário. A gente cresceu não só o número de correntistas, como falei, e caixa líquido e o nosso Basileia, mas a gente cresceu muito também os dois pilares que geram receita para o Banco Inter, afinal de contas qualquer empresa vive de monetização. São eles a parte de *Fee*, de receitas de serviços e a parte de *NI*, receitas de crédito.

A parte de *Fee* uma parte até mais fácil da gente entender. Ela acompanha em muito o crescimento do número de correntistas. Por exemplo, a gente tem uma linha de crescimento, a inclinação dessa linha, muito parecida quando a gente olha as receitas de *floating*, de *interchange* de cartão de crédito, de débito e da parte de investimentos, porque elas crescem proporcionalmente ao número de correntistas.

Isso levou a gente para a monetização de 30% da nossa receita já em serviços bancários e não no *spread*. Isso é muito bom. Era uma meta, um *guidance* informal, era um número que a gente tinha passado pelo mercado e alcançamos esse número nesse trimestre.

É importante que a gente ouve muito falar de crescimento a qualquer custo e a gente tem um CAC extremamente baixo. Ou seja, nós não estamos comprando clientes.

À medida que a gente não compra clientes a gente consegue entregar, por exemplo, um nível de ativação desses nossos quase 4 milhões de correntistas de 65%. Isso é muito bacana e muito importante para o nosso modelo de negócio.

Importante falar por exemplo nessa parte de serviços alguns que chamam atenção como a nossa PAI, nossa plataforma aberta de investimentos. Outro dia a gente estava vendo alguns números e chamou atenção que a gente já tem 80 mil pessoas com ações custodiadas aqui na nossa PAI ou seja, mais ou menos 5% a 6% dos acionistas brasileiros.

Falando um pouco de crédito, que é outro pilar nosso que é muito importante, a gente cresceu, nesses últimos 12 meses, 43% a nossa carteira de crédito. Esse é um crescimento bastante interessante. Crescemos nos modelos das carteiras que a gente trabalha e já sabe trabalhar: imobiliário, *home equity*, consignado, SME acrescentamos nos últimos 24 meses o cartão de crédito. Fizemos esse crescimento forte com um bom resultado de perdas, de provisões, o chamado NPL que continua reduzindo, reduziu nos últimos 12 meses, então foi um crescimento de fato sustentável.

Importante falar também na carteira de crédito que à medida que a gente cresce essa originação a gente passa a consumir uma margem REF, a famosa margem de resultados de exercícios futuros. A nossa carteira de consignado e a de imobiliário, por exemplo, são bons produto de longuíssimo prazo, são originadas, são despeçadas toda a originação no momento zero e criam para a gente um portfólio de crédito rentável e seguro pelos próximos 10, 15, 20 anos.

Então quando a gente vê, no consignado especificamente, a gente produziu perto de 110 milhões de reais no último mês e a gente vê que parte dessa produção foi inclusive o alongamento da nossa carteira, a gente vê que essa margem REF vai ficando cada vez mais robusta e mais saudável.

Então quando a gente pensa na tendência do crescimento do nosso NII, ele é até mais forte do que o crescimento da nossa carteira de crédito e da originação, o famoso *underwriting*.

Bom, juntando esse movimento de crescimento e de monetização e equilíbrio de novos produtos e novos serviços a gente passa a enxergar uma mensagem subliminar muito importante nesse terceiro trimestre de 2019, que é o chamado ponto de inflexão.

Quando eu falei para vocês que a gente sonhou há quatro anos atrás de desafiar esses *status quo*, a gente sabia que teriam muitos desafios. A monetização, a lucratividade, o crescimento, a estabilidade, o nível de serviço, o nível de atendimento... e a gente tem conseguido trimestre a trimestre vencer cada um desses desafios.

A gente vê, por exemplo, é importante frisar, o índice de eficiência é uma métrica muito importante e que todo mundo acompanha não só nas empresas financeiras e nos bancos, mas em outras empresas também que é o famoso “despesa sobre a receita gerada”. Depois de alguns trimestres com uma subida nesse índice a gente teve nesse trimestre de três pontos percentuais em nosso índice de eficiência. E, colocando esses pontos que a gente falou acima, temos boa convicção de que essa é uma tendência que veio para ficar de melhoria constante do nosso índice de eficiência.

O que a gente vê nesse ponto de inflexão é uma matemática simples: à medida que, proporcionalmente, o número de novos correntistas que são despesados na cabeça através do CAC, o número de novos funcionários que não tem indeferimento nenhum, muito pelo contrário, são pagos todos os meses, os números dos nossos servidores não são de diferidos, são pagos através das nossas faturas dos nossos serviços em nuvem todo mês... passam a ser diluídos em relação ao número total de clientes, essa matemática fica muito interessante.

Um exemplo importante disso é o nosso custo de servir. O nosso custo de servir o cliente, que são todas as despesas diretas ligadas ao atendimento, aos saques, ao processamento dos cartões de crédito e débito, reduziram de 210 reais para 170 reais, uma redução de basicamente 25% mais ou menos. A nossa receita, como eu falei lá em cima, quando a gente combina a parte de receitas de serviços e receitas de crédito, NII, cresceram incríveis 38%. É muita coisa.

Então, a combinação de inovação, equilíbrio, crescimento da receita de serviços, já 30% da receita total, crescimento do portfólio de crédito em 43% em originação com a famosa margem REF que está sendo construída, onde espera-se uma boa perspectiva de crescimento muito forte no NII também, com a divisão dos custos fixos e a diluição do número de novos correntistas em cima da base total, inclusive com essa queda de 3% pontos percentuais do índice de eficiência, colocam em evidência um pouco desse ponto de inflexão que eu comentei para vocês.

Enfim, temos vários trimestres positivos que já passaram mas temos muita expectativa pelos trimestres que virão, não só pelos novos produtos, pelos novos correntistas que virão, mas também pela melhoria de monetização, de rentabilidade e de experiência e atendimento para nossos clientes.

Bom é isso. Gostaria de agradecer a todos vocês. A gente vai passar para o Alexandre, nosso CFO, e depois a Helena, nossa DRI, fala umas palavras e a gente abre para perguntas e respostas. Muito obrigado.

Alexandre Riccio de Oliveira – Bom, primeiramente reforço o agradecimento inicial do João Vitor para todos que participam aqui do nosso sétimo *call* de resultados.

Nós ficamos super contentes com o crescente interesse pela história do banco que tem sido visto aqui com o crescimento de um número expressivo do número de participantes no nosso *call*.

Vou falar aqui rapidamente sobre os nossos principais direcionadores de negócios que são aumento de base de clientes e engajamento dessa base, receitas de serviço, receitas de crédito, o custo de servir e nossa geração de valor.

Iniciando no tema aumento da base de clientes nós chegamos aos 3,3 milhões e dentro desse 3,3 milhões temos alguns temas interessantes. O primeiro deles é o crescimento de 211% na base e com um CAC super comportado. A gente saiu, no final do ano passado, de pouco mais de um milhão de clientes no terceiro trimestre para 3,3 milhões de clientes agora com um CAC praticamente inalterado. Então bastante impressionante o que a gente conseguiu entregar nessa linha.

Essa base está muito ativa com safras que já ultrapassam 70% de ativação, perto de 73%, e mais importante do que isso, ativação crescente trimestre contra trimestre e em praticamente todas as safras.

Neste início do terceiro trimestre a gente ultrapassou a marca de 90 milhões de logins no nosso App.

O crescimento da base de depósitos à vista subiu 213% na comparação ano contra ano. A gente chegou a um bilhão e 500 milhões de reais em depósitos à vista. Isso é, de novo, um grande indicador da ativação dos clientes. Se nós não tivéssemos clientes ativos, esse índice de ativação de 70% nós não estaríamos com esse depósito a vista crescendo com ele tem crescido. E é legal ver também o crescimento na base de

depósitos à vista superior ao crescimento do número de clientes, o que mostra a ativação constante que temos conseguido entregar.

Outro destaque também dentro da base de clientes é o crescimento de 300% na base de investidores da PAI, que é nossa plataforma aberta de investimentos. Nós chegamos a 338 mil investidores. É um crescimento bem desproporcional ao número de clientes do banco, reforçando um ponto que nós esperávamos e comentamos num *call* passado, que seria a entrada desproporcionalmente positiva de investidores após o lançamento da nossa PAI.

Lembrando aqui como um número interessante que já estão por volta de 80 mil investidores com custódia no nosso *Homebroker* que é um número também bastante legal. O *Homebroker*, só lembrando, foi lançado na virada do ano e foi de fato para o mar aberto no final do primeiro trimestre. Então são seis meses e já quase 80 mil pessoas com custódia.

Indo para a parte de receita de serviço nós continuamos o processo de construção com uma base de receitas cada vez maior, R\$ 56 milhões no terceiro trimestre contra R\$ 24 milhões no mesmo período do ano anterior. Nos aproximamos do nosso alvo temporário de 30% no índice de receita de serviço sobre receitas líquidas totais. Lembrando que esse índice era um índice que em 2016 era por volta de 5%. A gente escalando, à medida que a gente vai aumentando nossa base de clientes de varejo e no ano passado a gente chegou a 20% e a gente tem esse alvo aí de 30% como próximo ponto a atingirmos e chegamos muito próximos disso com mais de 29%.

Destaques dentro da base de receitas de serviço. Seguros crescemos mais de 60% contra o terceiro trimestre de 2018. Receitas de investimentos, incluindo a nossa DTVM entre outros serviços oferecidos na parte investimentos, cresceram mais de quatro vezes em um ano, acho que muito fruto do lançamento da PAI e da maturidade que temos ganhado nos negócios de investimento. E não podemos deixar de falar também do intercâmbio do cartão, do *swipe* do cartão de débito e cartão de crédito que chegou a R\$ 16,2 bilhões crescimento de 12,6 vezes frente ao terceiro trimestre de 2018.

Na parte de crédito acho que o grande destaque é o crescimento da carteira. A gente chegou no marco de 44% de crescimento da carteira em um ano e eu diria que o

grande ponto de dúvida nossa capacidade de crescimento de crédito na hora que a gente começou, na hora que a gente executou o IPO há um ano e meio atrás. Então a gente chega já aos 44% de crescimento ano contra ano, um grande marco para gente.

Essa carteira chegou a R\$ 4,4 bi e é importante destacar, reforçando um ponto que o João Vitor falou, que essa carteira cresce nos créditos colateralizados que são os nossos preferidos prioritariamente. O maior crescimento vem da parte colateralizada e com padrão de inadimplência comportado. Nosso NPL continua em 4,4%. No geral nós tivemos meio por cento de despesas de PDD sobre carteira de crédito que é bastante comportado. E nossa receita financeira líquida chegou a R\$ 151 milhões.

Passando para o custo de servir, que é esse outro grande direcionador. Como João Vitor comentou, a gente continua no movimento de diluição à medida que a gente ganha escala. Chegamos a 173,40 reais por cliente, uma queda de 50% comparando com o mesmo período do ano anterior. A redução dessas despesas foi um elemento importante para a redução do nosso índice de eficiência que reduziu 3 pontos percentuais de 78% para 75%.

E, só para dar um pouco de gosto sobre o que tem contribuído, são diversos fatores. Obviamente que o crescimento da carteira de crédito trás receitas maiores aumentando nosso denominador. E a gente tem atuado bastante também no numerador da equação do índice de eficiência. Então a gente teve um impacto grande da entrada dos saques via TecBan gerando uma economia material. A gente teve uma redução grande nos custos com SMS com a entrada plena do ISafe para autenticação de transações. E tivemos múltiplas negociações com fornecedores com a utilização do nosso benefício de escala e da nossa capacidade de execução que vem sendo construída com o desenvolvimento do nosso time.

Finalmente, falando um pouco sobre geração de valor, nós atingimos um lucro líquido no trimestre de R\$ 11,8 milhões com receitas totais de R\$ 297 milhões no trimestre, número quase 40% maior do que o do mesmo período do ano anterior.

Nosso Basileia ficou em confortáveis 43% com patrimônio líquido de R\$ 2,2 bilhões nos deixando em uma posição bastante confortável para a execução do nosso plano de negócios nos próximos anos.

Com isso agradeço novamente a todos, especialmente aos nossos mais de 1.500 colaboradores que vem entregando a revolução bancária para os brasileiros e passo a palavra para a Helena.

Helena Caldeira – Bom dia e obrigada pela participação em mais um *call* de resultados.

Antes de abrimos para perguntas eu queria agradecer primeiramente a confiança dos nossos mais de 140 mil acionistas. É um volume que já tem crescido não só no Banco Inter mas com certeza a gente já vê quase um décimo dos acionistas em geral investindo no Banco Inter.

Nesse trimestre tivemos alguns grandes marcos aqui na área de RI. Concluímos a unitização das nossas ações. A gente teve um follow on realizado na B3. A gente viu BID11 entrar no IBRX e a gente acredita que com o alto volume negociado das nossas ações a gente consiga inclusive entrar no índice Ibovespa no próximos rebalanceamento.

Por fim, gostaria de ressaltar que marcamos nosso primeiro Banco Inter Day, na nossa nova sede aqui em Belo Horizonte no dia 28 de novembro. E deixamos aqui o convite para todos participarem.

Com isso acho que a gente pode abrir para perguntas e respostas.

Operadora – Senhoras e senhores iniciaremos agora uma sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta por favor para digitem *1. Para retirar a pergunta da lista digitem *2.

A primeira pergunta vem de Thiago Kapulskis, Banco BTG Pactual.

Thiago Kapulskis – Bom dia João Vitor, Alexandre e Helena e todos que estão escutando o *call*. Obrigado pela oportunidade de fazer pergunta.

Tenho duas perguntas. A primeira pergunta em relação ao crescimento do número de clientes, acho que tentar entender um pouco como vocês vem a dinâmica para o ano que vem. A gente vê ainda o número de clientes acelerando na margem. A gente pensa em termos de adição 12 mil clientes por dia no último mês reportado. Queria ver se vocês veem espaço para aceleração. Como é que vem essa curva para 2020 e até onde vocês podem alcançar. E se também vocês acreditam que conseguem manter o nível de ativação aí nessa casa 75% que o João Vitor mencionou.

E a minha segunda pergunta um pouco mais em relação ao resultado. A carteira cresceu, continuou crescendo bem, quase 50%. Mas eu queria entender um pouco melhor o efeito da NIM. A NIM tem sido um pouco mais volátil nestes últimos trimestres e ela teve uma queda um pouco maior nesse último trimestre. E se não me engano essa queda foi um pouco mais relacionada ao imobiliário. Se vocês pudessem dar um pouco mais de cor do que aconteceu com a NIM exatamente e como é que a gente deve pensar no comportamento da NIM olhando para frente. Será que existe um espaço para um número um pouco mais estável? A gente pode esperar um pouco mais de volatilidade mesmo, enfim, um pouco mais de cor em relação acho que já ajuda.

Muito obrigado pessoal.

João Vitor Menin – Obrigado, Thiago.

Vou começar do mais fácil aqui pela ordem invertida do NIM. Se você relembrar eu falei agora pouco há pouco da questão da margem REF. Então tem alguns componentes aqui. A carteira de crédito segue crescendo muito. Agora você tem uma postergação dessas receitas. Por exemplo, a gente vem crescendo a originação de consignado e imobiliário que são carteiras longas. Então a receita de crédito vai acompanhar, não temos dúvida disso, até porque o portfólio é saudável. Não tem porque não ter uma monetização muito grande nos trimestres que estão vindo já derivado desse *underwriting*.

Com relação ao NIM tem dois componentes importantes. Primeiro você tem um pouco de imobiliário, sem dúvida imobiliário tem um NIM menor, obviamente. Ele é um produto super seguro, super construtivo, de alta fidelização mas não tem um NIM menor. E tem um outro componente que é o caixa. A gente tem um caixa muito alto

hoje, esse caixa atrapalha um pouco o nosso NIM então, de novo, é o que eu falo: a gente tem que ter estabilidade. Isso aqui é uma maratona, não é o uma corrida de cem metros rasos. Então a gente tem um excesso de caixa e um excesso de Basileia e isso impacta um pouco.

Tem a questão da inflação também. O nosso imobiliário tem um peso importante de cupom mais inflação então ele tem essa volatilidade de subida de IGP-M e IPCA. A carteira nossa tem um *hedge* parcial mas não total. Se a gente fosse uma empresa que securitizasse todo nosso *underwriting* a gente não teria essas flutuações. Mas são flutuações pequenas, não são muito grandes porque a gente tem um pouco desse *hedge*.

Enfim, quando você coloca tudo isso nesse liquidificador você tem um pouco dessa variação do NIM.

Olhando para frente, Thiago, a gente não vê uma redução maior do NIM até porque quando a gente vê o crescimento de algumas carteiras do Banco Inter como as antecipações de recebíveis de cartão que tem ganho muita tração e tem um NIM muito bom. O produto que eu citei muito rapidamente aqui no nosso *call* que é a questão da conta margem para pessoa física que está crescendo bem e tem um NIM muito bom. Então acho que a tendência de médio longo prazo para o NIM é ficar nessa média de 8,5% 9,5%. Não vejo muita mudança não.

Com relação ao crescimento de clientes, esse tema de crescimento, rentabilidade é um tema constante e recorrente quase que diário aqui das discussões do nosso *Management*, mensal nas nossas reuniões de *Board*. E a gente tem

E a gente tem uma visão muito clara muito cristalina para isso. A gente sempre apostou no crescimento sustentável. Vocês não vão ver o Banco Inter comprando clientes. E eu acho legal que o fato de nós não comprarmos clientes no sentido pejorativo da palavra não significa que a gente não está crescendo rápido, pelo contrário. Como você falou a gente continua acelerando e o índice de ativação é muito importante pra gente. O índice de cross-selling de produtos que melhorou também, o número de produtos que eles consomem, o que é muito importante pra gente.

Tendo dito isso, Thiago, a gente não comprar clientes, como é que a gente faz as nossas projeções para 2020 de crescimento? A gente faz uma projeção matemática de 12 meses vezes o número de correntistas que a gente está abrindo hoje, *as is*. Porque eu falo *as is*? O que é que pode acontecer de positivo? Várias coisas. De repente nosso Super App trás uma atração muito maior de clientes, de repente a PAI continua trazendo muitos clientes que tem que abrir conta, de repente a reformulação e melhoria dos produtos a nossa PJ traz muito correntista PJ e são o, vamos dizer, vento de cauda.

Podemos ter outros benefícios: mais competição, mais gente colocando dinheiro em mídia, essas coisas também.

Então, quando a gente pensa de aceleração a gente pensa que esse número vai continuar crescendo nesse mesmo *pace*, nesse mesmo ritmo. Podemos ter uma surpresa positiva? Podemos. De repente mesmo sem comprar clientes e levar o nosso CAC para as alturas a gente pode ter um crescimento maior do que a gente está tendo mês a mês e ao invés de terminar 2020, de novo, matematicamente com 8 milhões de clientes podemos terminar com 10 milhões. Isso pode acontecer. O que é que gente tem feito também na parte *onboarding* que é importante? A gente está lançando acho que amanhã depois do lançamento do nosso Super App a nova versão do *onboarding*. A gente tira o comprovante de endereço, a gente vai ter o vídeo que tira o cartão de assinatura. Essas experiências ajudam também a diminuir o pendenciamento. Então enfim, tem muita coisa boa pra continuar com esse ritmo de crescimento.

Agora, a gente não é um banco com *driver* de crescer a qualquer custo. Então vocês não verão o Banco Inter crescendo CAC loucamente ano que vem. Mas eu acho que com todas essas iniciativas gente continua com o crescimento super positivo de crescimento de clientes. Então acho que esse número de mais ou menos 8 milhões é, de novo, um *guidance*, informal, uma matemática simples, é bem factível.

Thiago Kapulskis – Perfeito. Tá ótimo. Obrigado pelas Respostas João Vitor.

João Vitor Menin – Obrigado.

Operadora – A próxima pergunta é Jörg Friedmann, Citibank.

Jörg Friedmann – Muito obrigado pela oportunidade, João, Alexandre e Helena.

Tenho duas perguntas.

A primeira pergunta relacionada ao Super App que vocês estão fazendo o lançamento. Parabéns inclusive pelo lançamento. Eu queria saber se vocês têm alguns *targets* de *economics* que vocês podem compartilhar com a gente para entender um pouco o que esperar do Super App adiante. E até dado que o ano que vem é um ano de inflexão como vocês bem colocam, entender o que isso pode trazer para resultado e como a gente pode ver a tendência da alavancagem operacional a partir também do Super App.

E a minha segunda pergunta relacionada a funding. Você chegou em 72% do CDI e pela primeira vez no tri contra tri a gente vê uma estabilização do custo de funding. De verdade já está mais próximo dos *cash holds*, os descontos de compulsório. Então se você acredita que você chegou no ponto ótimo ou como que você vê isso a diante.

Muito obrigado.

João Vitor Menin – Jörg, obrigado pelas perguntas. Vou repetir como eu fiz com o Thiago e vou começar de trás para frente, que está mais fresca aqui a pergunta.

Eu acho que a gente chegou sim, não diria que em um piso, mas muito próximo desse piso. Eu já venho falando isso há algum tempo. A gente não vai ter um custo de funding cadente trimestre a trimestre na mesma proporção que tínhamos por questões óbvias, questão de ALM, de volume de depósitos a vista, ajuste de preço de CDB de longo prazo, curto prazo. É normal. Acho que esse custo é sensacional. Voltando aquele sonho nosso de quatro anos atrás de ter um banco de varejo esse era um dos entregáveis e está entregue. O funding não está só barato como saudável. São literalmente, não é modo de dizer, milhões de pessoas contribuindo com esse custo de funding. Não milhares, milhões. Então um negócio mais estável para o custo de funding. E, de novo, custo de funding nesses patamares nos permite ter excelente *underwriting* de crédito para os clientes *prime*, os clientes bons, e crescer crédito em uma velocidade muito maior.

Jörg Friedmann – João, se você me permitir, só nesse ponto aqui, você já está tendo demanda de compulsório ou quando você tiver essa demanda de compulsório você acha que não pode ter um apetite no custo de funding? Talvez uma coisa compensa a outra, quer dizer, você está tendo ainda mais ativação de clientes e você consegue *offsetar* esse impacto. Queria entender se você já está observando demanda de compulsório ou se isso está para começar.

João Vitor Menin – Vamos lá. São dois compulsórios aqui. O compulsório do depósito à vista a gente já está tendo. E, por sinal, é até um trabalho que a gente tem feito junto ao regulador e ontem mesmo a gente viu o regulador se mexendo para tentar liberar compulsório. Esse compulsório é, sem dúvida, quando você sai do corte de R\$ 500 milhões em depósitos à vista você começa a impactar seu custo de funding, sem dúvidas. Quando a gente tinha R\$ 500 milhões em depósitos à vista a gente tinha zero de depósito compulsório, agora que a gente tem R\$ 1,5 bilhão a gente já passa a ter alguma coisa de compulsório. Eu acho até que isso vai ser uma opinião minha que isso vai ser aliviado, tem razão de ser, a gente como banco S3, S4 é meio sem sentido esse compulsório nosso, então acho que tem esse vento de cauda.

Em compensação o depósito a prazo que a gente ainda não tem compulsório, a medida que a gente vai crescendo o número de investidores, o número de pessoas que compram papéis do Banco Inter na PAI, pode ser que a gente chegue em um momento que a gente tenha um compulsório no depósito a prazo também, que ainda não temos. E eu não sei se nessa mudança, nessa otimização do compulsório pelo Banco Central ele vai ser ajustado também. É um tema que a gente depende um pouco do regulador. Então no depósito a vista a gente já sofre impacto do crescimento e depósitos a prazo ainda não.

Bom, agora falando do Super App eu acho que o Super App tem dois componentes importantes. Ele tem o componente da atração e engajamento de clientes. Então como falei na pergunta que o Thiago do BTG fez pra gente, ele pode, e acho que será um ímã de novos clientes assim como a PAI, por exemplo, é um ímã de novos clientes, então esse é um ponto.

E o segundo, quando a gente fala da monetização desses clientes obviamente que todo cliente que entra, se ele foi atraído, ele se monetiza com o que a gente já tem, floating, por exemplo. Mas no caso do Super App a gente tem um ponto importante do nosso marketplace e aqui vou tentar ser super breve porque não é uma explicação simples e não quero delongar muito. Mas basicamente hoje 100% do *spending*, do gasto dos nossos correntistas são feitos fora da plataforma do Banco Inter. E o que significa isso? A gente ganha apenas o *interchange* do cartão que é muito baixo, 0,5% no débito e 1,4% no crédito. À medida que a gente trás um volume grande de correntistas novos e os atuais para comprar dentro da nossa plataforma, dentro do nosso marketplace, a gente adiciona um elemento fortíssimo de monetização que é o famoso *take-rate*. Aquela mesma televisão que ele comprava na loja física com nosso plástico, nosso cartão de crédito, quando é comprado no e-commerce a gente tem esse *take-rate* que a gente recebe e que em alguns casos, levando para o ponto da monetização pode ser 5, 6, 7 vezes maior que o *interchange*. Então você passa a ter uma monetização gigantesca. Ela é tão grande em alguns casos que, e a gente vai falar isso no nosso evento mais tarde, a gente consegue dar metade dessa monetização para nossos clientes. E mesmo ficando com a metade, quer dizer, o *cashback*, a gente ainda tem um incremento fortíssimo no nosso *interchange*. Então de fato isso vai acontecer.

Para você ter uma ideia os nossos clientes gastam mais ou menos 300 reais por mês, o *spending* médio dos clientes. Isso hoje em dia 100% fora do marketplace. Se a gente pensar X milhões de clientes, e eu vou deixar para vocês fazerem a matemática para não induzir. Se a gente pensar em X milhões de clientes e se a gente tiver uma penetração que a gente acha que pode ser, por exemplo, de 5 a 10% desses clientes comprando no nosso marketplace a gente pode pegar esses *take-rates*, que podem variar ai de 7 a 8% e trazer uma monetização financeira de fato muito grande para nosso modelo de negócio. Então a gente tem muita aposta no nosso Super App, em um dos elementos do Super App que é o marketplace, que pode ajudar a fidelizar, atrair novos clientes e principalmente monetizar de uma forma diferenciada esses clientes. A gente acha que a monetização do cartão via *interchange* ela é pequena, injusta para o banco emissor que corre todo o risco. Então temos uma expectativa muito grande de monetização no Super App sim.

Jörg Friedmann – Legal. Tá super claro. Até aproveitando esse gancho do Super App e do que você está vendo adiante de como monetizar esses clientes... isso tem a ver então com o aumento expressivo do CAC nesse tri contra tri? Aumentou 15%. Ainda está baixo, mas aumentou 15% e basicamente focado em despesas de marketing. É já já esperando essa vinda do Super App e tentando dar um *boost* nesse marketing? É isso que explica ou tem alguma coisa a mais?

João Vitor Menin – Não é o *boost* para o Super App não. Eu acho que o que que acontece com o CAC? O 15% é muito, é muito, mas quando você olha nominalmente é muito baixo. Se você tivesse um CAC de 1 e passar para 2 aumentou 100%, mas o aumento foi só de 1 real. E a gente tem um CAC tão baixo que a gente consegue ter uma certa flexibilidade de aumentar 15% aumentando poucos 2 reais de CAC. O que é que a gente tem feito no nosso CAC? Como eu falei por vocês no começo, a gente tem uma disciplina muito forte de CAC. O que a gente nos permite é que, quando a gente fala CAC no Banco Inter a gente fala marketing mais despesas correlatas de envio do cartão, *embossing*, e tudo mais. À medida que a gente vai otimizando também os custos de *embossing* a gente sobra mais margem para colocar em marketing. Então esse equilíbrio é feito, mas não é preciso então você gasta um pouco mais de marketing, seu CAC global sobe um pouco e seu gasto, por exemplo, de *embossing* de cartões não reduziu tanto. Então é um movimento super natural, não tem nenhum movimento estratégico da gente querer colocar mais dinheiro para, de repente, ter aquela meta de ter X milhões de clientes. Não é assim que a gente pensa. E para que X milhões de clientes possam usar o Super App... Muito pelo contrário. A gente acha que o Super App vai ajudar a abaixar o CAC porque você tem um produto mais atrativo, mais completo ainda, com produtos não só financeiros, mas também não financeiros. Então é um pouco disso. Eu acho que CAC é um negócio comportado e temos uma visão super positiva para atração de clientes mesmo não aumentando nosso custo de CAC daqui pra frente.

Jörg Friedmann – Perfeito. Obrigado pelas respostas.

Operadora – A próxima pergunta é de Marcel Campos, da XP Invest.

Marcel Campos – João, Alexandre e Helena, bom dia. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas.

Eu também tenho duas perguntas.

A primeira é sobre a parceria com a TecBan. Vocês diminuíram pouco o crescimento das despesas, correto? Estava crescendo quase 20% tri contra tri e agora cresceu só 13%. Eu vi no release de vocês e a gente ficou achando que o principal era essa parceria com a TecBan. Então a minha principal dúvida era, o que é propriamente essa parceria? E como ela impacta vocês? Vocês estão tendo um gasto menor no saque? E quão significativo isso é dentro das despesas?

Depois eu faço a próxima pergunta.

João Vitor Menin – Bom, Marcel, obrigado.

De fato, o saque tem um custo importante na nossa matriz. Ele é a principal despesa. E de novo, como eu falei com vocês no começo aquele sonho, o *status quo*, a gente passar pela arrebentação tem um pouco disso de escala. A gente passa a ser um cliente importante da TecBan com 700 mil saques por mês, e daqui a pouco quase 1 milhão de saques por mês. O que as empresas, os provedores, fazem para os clientes importantes e *premium*? Eles dão descontos de tarifas. Óbvio, normal. Então quando a gente sai por exemplo de 5 reais para uma despesa de 2,80, de cabeça não sei se é exatamente 2,80 ou 2,70 ou algo assim, mas a gente tem uma redução de quase 50% na principal despesa do Banco Inter. E isso vai cair ainda mais porque à medida que a gente vai trazendo mais clientes a gente vai entrando em outros patamares. E não só isso. Eu acho que tem um componente que as vezes a gente não percebe, que eu acho que a gente teve uma visão bacana lá atrás, é que, quando a gente apostou no propósito digital, gratuito e completo é que os principais ofensores são ofensores com os dias contados. Por exemplo, a gente está vendo o pagamento instantâneo, a gente está vendo os QR Codes, será que saque vai ser uma modalidade tão grande no Brasil daqui a 2, 3 anos? Talvez não. Além da redução do custo você tem a redução do consumo daquele serviço especificamente. Se você pensar hoje os maiores ofensores do Banco Inter são talvez ofensores que estão com uma tendência de queda, de desaparecerem. Então a perspectiva de gastos dentro dessa matriz de despesas ela tem uma perspectiva muito positiva. Então acho que a gente está bem tranquilo com relação aos gastos fixos que a gente tem, haja visto a redução dos nossos CTS, o famoso *cost to serve*, o custo de servir os clientes por ano.

Então acho que quando a gente pensa que a gente serve esses clientes a 10% do custo dos bancos tradicionais é um negócio fantástico.

Marcel Campos – Perfeitamente claro. Obrigado.

A minha segunda pergunta é sobre a originação do consignado. Teve um salto muito grande nesse trimestre particularmente. E eu entendo que se não me engano vocês têm a menor taxa de consignado do mercado. Mas minha dúvida é como vocês estão conseguindo chegar no consumidor final sem a figura do pastinha. Principalmente considerando que parte do público alvo é idoso, etc.

João Vitor Menin – Bom, eu acho que, de novo, como falei com o Jörg é uma resposta mais complexa então vou tentar ser curto aqui para não tomar o tempo de todos que estão no *call*.

O que é que acontece? De novo, todo o *know-how* que a gente tem na nossa área que a gente chama de Digital Sales, a gente trás os correntistas, e gente vende os produtos de maneira digital, seja no app, seja via SMS, Push, E-mail, tudo isso, a gente aplicou essa metodologia no consignado. E tomamos uma atitude ousada lá atrás. A gente foi o primeiro, talvez o único banco, que literalmente estancou a venda de consignado via correspondentes. E o impacto que isso traz para a gente é muito positivo porque você diminui a judicialização e a gente teve uma barreira interessante porque quando a gente parou com esse modelo até que a gente acertasse nesse “algoritmo”, da nossa originação digital, já pegando o *know-how* e o conhecimento das pessoas do time nosso que é muito bacana aqui, demorou um pouco, mas a gente arriscou. E hoje nós estamos produzindo bastante, de fato. No mês passado a gente produziu o dobro do que a gente produzia com correspondentes bancários. Então todas essas técnicas, todas essas formulas de fazer, hoje a gente tem originação 100% digital inclusive na parte de assinatura do documento via DocuSign. Isso dá uma experiência muito melhor para nossos clientes. A gente subiu o ticker médio então você passa a lidar com clientes melhores, mais rentáveis, que judicializam menos, então isso ajuda bastante o tickert médio.

Então a questão do consignado acho que é um *case* aqui no Banco Inter. Só que o que que acontece? Voltando lá para nossa margem REF. A gente tem zero de diferimento dessa máquina toda que faz esse *underwriting* que eu te falei, zero de diferimento, ele é todo despesado na cabeça. E temos um produto que vai gerar margem para a gente pelos próximos 72 meses. Porque como você mesmo disse a gente tem uma taxa muito boa, fruto do nosso funding barato. Taxa muito boa leva a portabilidade quase inexistente. Tendo dito isso se a gente fosse ver a área de gráfico do juros que isso vai gerar pra gente nos próximos meses é sensacional. Eu falo que se a gente tivesse, como alguns bancos fazem, fazendo a cessão da carteira, já que a originação é muito forte, a gente estaria dando resultado nesse produto astronômico.

Então essa é a dinâmica do consignado.

Marcel Campos – Perfeito, obrigado. Se eu pudesse pegar um gancho na sua resposta e complementar a pergunta, mas esse resultado de originação vem até o final do terceiro trimestre. E a gente teve alguns feitos como IPO, Follow On, principalmente com a bandeira de aumentar o consignado e até mesmo os grandes bancos estão aumentando muito também a carteira. Vocês estão sentindo pressão da concorrência nesse trimestre agora? Em outubro, novembro ou a originação continua forte?

João Vitor Menin – Não estamos sentindo pressão, muito pelo contrário. É o que eu falei para vocês. A gente vem mês após mês produzindo mais. Obviamente que não é substancialmente mais, mas é R\$ 90 milhões, 95, 100, 110... O que é que acontece? Como eu te falei a gente tem um custo de funding muito barato, mais do que alguns players que você pode ter mencionado, enfim, é um fator competitivo. A gente tem essa originação saudável, a gente pode ser mais rápido para fazer esse *underwriting* com produtos melhores. Então a gente não tem a preocupação de amanhã a gente não vai conseguir crescer essa produção de consignado. Se você pensar que a gente tem hoje, por exemplo, mais ou menos 0,2 0,3% só do mercado de crédito consignado no Brasil e a gente tem todos os convênios prontos, está pronta a máquina, a estrutura, já temos os convênios assinados, temos funding barato, temos os convênios, temos 0,2% só do mercado, quer dizer, se a gente pensar de maneira óbvia a expectativa nossa de crescer *marketshare* é muito boa. Então não vejo um arrefecimento dessa linha aqui no Banco Inter não.

Marcel Campos – Muito obrigado João, sensacional.

João Vitor Menin – Bom gente, aproveitando aqui o fim da última pergunta, a gente, como eu falei para vocês a gente tem agora o lançamento do nosso Super App e a gente tem umas 10 ou 12 perguntas que foram enviadas por e-mail. Vou pedir desculpa a essas pessoas. A gente vai responder todas elas. Todas serão respondidas pela Helena, nossa Diretora de RI, e ela está com o canal aberto para falar sobre cada uma dessas perguntas.

Eu gostaria de agradecer a todos que participaram do nosso *call*, e nos encontramos daqui 3 meses e espero com notícias ainda melhores. Muito obrigado e bom dia a todos.

Operadora - A áudio conferência do Banco Inter está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.