

1T25 Teleconferência de Resultados

Operador: Boa noite, senhoras e senhores. Bem-vindos à teleconferência da Nu Holdings para discutir os resultados do **primeiro trimestre de 2025**. Uma apresentação de slides acompanha o webcast de hoje, e está disponível no site de Relações com Investidores do Nu: www.investors.nu em inglês e www.investidores.nu em português. Esta conferência está sendo gravada e o replay também pode ser acessado no site de RI da Companhia.

Esta conferência também está disponível em português. Para acessar, clique no ícone do globo ao lado inferior direito da sua tela Zoom e selecione a opção “Portuguese Room”. Ao acessar a nova sala, certifique-se de mutar o áudio original.

Por favor, esteja ciente de que todos os participantes estarão apenas como ouvintes. Você pode enviar perguntas online a qualquer momento hoje, usando a caixa de Q&A no webcast.

Gostaria agora de passar a palavra ao **Sr. Guilherme Souto, Diretor de Relações com Investidores** da Nu Holdings. Sr. Souto, pode prosseguir.

Guilherme Souto: Obrigado, operadora. E obrigado a todos por participarem da nossa teleconferência de resultados hoje. Caso você não tenha visto nosso release de resultados, uma cópia está disponível na seção Central de Resultados do nosso site de Relações com Investidores.

Comigo na teleconferência de hoje estão **David Velez, nosso Fundador, CEO e Presidente do Conselho, Youssef Lahrech, nosso Presidente e COO e Guilherme Lago, nosso CFO**.

Ao longo desta teleconferência, apresentaremos informações financeiras não-IFRS, incluindo o lucro líquido ajustado. Essas são medidas financeiras importantes para a Companhia, mas não são medidas financeiras conforme definido pelo IFRS e podem não ser comparáveis às medidas semelhantes de outras companhias. As reconciliações das nossas informações financeiras não-IFRS com as informações financeiras IFRS estão disponíveis em nosso release de resultados.

Salvo indicação do contrário, todas as taxas de crescimento são apresentadas ano a ano e neutras em relação ao câmbio.

Também gostaria de lembrar a todos que a discussão de hoje pode incluir declarações prospectivas, que não são garantias de desempenho futuro e, portanto, não devem ter confiança indevida nelas. Estas declarações estão sujeitas a riscos e incertezas e podem fazer com que os resultados reais sejam materialmente diferentes das nossas expectativas. Consulte a divulgação das declarações prospectivas em nosso release de resultados.

Agora eu gostaria de passar a palavra para David. David, por favor, pode prosseguir.

David Velez: Boa noite a todos e obrigado por se juntarem a nós.

Começamos 2025 com forte momento. Somente no primeiro trimestre, adicionamos 4,3 milhões de clientes, atingindo um total de 119 milhões em todos os nossos mercados. Isso inclui 105 milhões no Brasil, 11 milhões no México e — apenas no mês passado — ultrapassamos 3 milhões de clientes na Colômbia.

Agora atendemos quase 100 milhões de clientes ativos mensalmente, mantendo nossa taxa de atividade acima de 83%. Esses números refletem não apenas escala, mas engajamento e qualidade profundos.

Embora 100 milhões de clientes ativos mensalmente nos posicionem como talvez a maior instituição financeira da América Latina em termos de número de clientes, gostaria de rapidamente fornecer um lembrete de alto nível da grande oportunidade que ainda temos pela frente.

O Brasil é nosso mercado mais maduro e de maior escala — cerca de 60% da população adulta é cliente, 85% são ativos e quase 60% desses clientes usam o Nu como seu banco principal, o que se traduz em um *market share* de principalidade de mais de 30%. Ainda assim, nosso *market share* de lucro bruto é de apenas 5%, pois estamos nos estágios iniciais de monetização da nossa base de clientes por meio de maior uso e *cross-sell* de produtos.

Além disso, atualizações recentes em nossos modelos de crédito — incluindo novos recursos de IA — estão nos permitindo expandir responsavelmente o acesso ao crédito e desbloquear maior crescimento. Mas estamos igualmente focados em oportunidades não relacionadas a crédito, que permanecem igualmente propícias à disrupção.

Essa lacuna é nossa oportunidade. Estamos redobrando nossos esforços — reinvestindo nossos ganhos para diminuir a distância entre a principalidade e o *market share*, e para expandir o tamanho do próprio mercado.

Vamos para agora para o México — nossa próxima grande fronteira de crescimento.

O México é o segundo maior mercado bancário da América Latina; mas mais relevante ainda, é um dos mais sub-penetrados. A maior oportunidade aqui não é apenas ganhar *market share* — é expandir o próprio mercado.

Nosso momento no México é forte. Nos últimos 4 trimestres:

- Nossa base de clientes cresceu cerca de 70%, atingindo 11 milhões.
- Os depósitos mais que dobraram em base neutra de efeitos cambiais, ultrapassando US\$5 bilhões.
- Nossa carteira de crédito cresceu cerca de 60% em base neutra de efeitos cambiais, chegando a quase US\$1 bilhão.
- As receitas quase dobraram em base neutra de efeitos cambiais, atingindo US\$245 milhões no último trimestre.

Estes são sinais iniciais — mas fortes — de que nosso modelo está funcionando no México. E também estou muito feliz em anunciar que, há poucas semanas, fomos aprovados para obter nossa licença bancária neste país. Essa licença nos permitirá acelerar nosso crescimento e fornecer muito mais produtos aos nossos clientes.

Entre Brasil, México e Colômbia, vemos uma ampla gama de oportunidades de crescimento acionáveis, de alta convicção e lucrativas. Estamos investindo de forma proativa e deliberada para aproveitá-las.

À medida que continuamos a aumentar nossa base de clientes e nossa penetração nesses grandes mercados, continuaremos a nos beneficiar da forte alavancagem operacional de nosso modelo de negócios: nossa receita média por cliente ativo (ARPA) aumenta em direção aos níveis dos bancos

tradicionais, enquanto nosso custo permanece amplamente inalterado em ou abaixo de US\$ 1 por cliente.

No lado esquerdo do slide, disponibilizamos a progressão histórica da ARPAC entre os *cohorts* de clientes. Nos primeiros doze meses, uma safra normalmente gera apenas US\$5 de receita por cliente. Mas à medida que o uso do produto se aprofunda e o *cross-sell* aumenta, a ARPAC pode crescer mais de cinco vezes — ultrapassando US\$25 após sete a oito anos. E esse número pode continuar a subir — e subir em um ritmo mais rápido — à medida que diminuimos a lacuna com os bancos tradicionais — que geram uma ARPAC de mais de US\$40 — lançando novos produtos e entrando em novos segmentos.

No lado direito do slide está nosso custo de atendimento ao longo do tempo. Graças às eficiências de escala, à automação de processos e aos investimentos contínuos em tecnologia, esses custos diminuíram mais de 80% nos últimos anos e agora permanecem abaixo de US\$1 por cliente — mesmo com o crescimento significativo em escala e complexidade dos negócios. Esperamos que essa tendência continue.

Tomadas em conjunto, essas duas tendências ilustram a força de nossa alavancagem operacional — uma das características definidoras de nosso modelo de banco digital e a fonte mais significativa de potencial de desbloqueio de ganhos em nossos negócios. E ainda estamos no início da jornada. Os maiores *cohorts* de clientes — formados nos últimos três anos, quando adicionamos quase 60 milhões de clientes e dobramos nossa base de clientes — estão apenas começando suas curvas de monetização.

Resumindo, embora já tenhamos alcançado um número significativo de clientes na América Latina, nossa penetração de mercado permanece relativamente baixa — inclusive no Brasil — e a oportunidade de aumentar ainda mais as receitas é enorme. A mudança de dinheiro em espécie para pagamentos digitais e do *offline* para o *online banking* são tendências estruturais de décadas, especialmente em mercados com baixa penetração, como México e Colômbia. Como líder de categoria em *digital banking* em toda a região, estamos excepcionalmente bem posicionados para capturar um valor extraordinário dessa transformação.

É por isso que permanecemos firmes em nosso compromisso com a criação de valor a longo prazo — e não com a otimização de lucros a curto prazo. Assim como estamos fazendo com o aumento estratégico de nossas operações de depósito no México e na Colômbia, que discutiremos mais adiante hoje, continuaremos fazendo investimentos significativos com o objetivo de maximizar o valor sustentável para os acionistas ao longo do tempo — mesmo que isso signifique aceitar uma pressão de curto prazo sobre as margens.

Acreditamos que esta é a abordagem correta para construir uma empresa duradoura, lucrativa e que defina a categoria no longo prazo.

Com isso, gostaria de passar a palavra ao nosso CFO, Guilherme Lago, que nos apresentará os detalhes de nossos resultados financeiros.

Guilherme Lago: Obrigado, David. Boa noite a todos.

Tivemos um começo de ano forte, com crescimento contínuo de clientes. Atualmente, atendemos aproximadamente 59% da população adulta do Brasil, 12% no México e 8% na Colômbia. E esses números excluem menores de 18 anos e PMEs — dois segmentos que estão crescendo ainda mais rápido que nossa base principal de adultos.

Um diferencial fundamental do nosso modelo de banco digital é nossa capacidade de impulsionar a principalidade. O Nubank não é apenas uma carteira secundária para remessas esporádicas ou compras ocasionais — é o principal relacionamento bancário para a maioria dos nossos clientes ativos que nos utilizam todos os dias. Nosso índice DAU/MAU continua próximo de 50%, um dos mais altos do setor de *fintech* globalmente. Isso cria barreiras de entrada competitivas significativas, incluindo *unit economics* mais fortes e acesso a dados de transações mais ricos.

Nossa carteira de crédito atingiu US\$24,1 bilhões no 1T25, crescendo 8% trimestre a trimestre e 40% ano a ano, ambos em base neutra de efeitos cambiais.

Como esperado, o crescimento do cartão de crédito foi sazonalmente mais suave no 1T25, consistente com os padrões históricos de sazonalidade.

Enquanto isso, nossos produtos de empréstimo — tanto sem garantia quanto com garantia — continuaram a crescer mais rápido que nossa carteira de cartão de crédito, ganhando *share* na composição geral do crédito. Esperamos que essa mudança na composição continue nos próximos trimestres.

Nos últimos dois anos, compartilhamos com os investidores a oportunidade significativa que vemos em empréstimos com garantias. Embora nossa abordagem seja fundamentalmente diferente do resto do setor — construída com originação 100% digital —, é empolgante agora mostrar tração tangível, com um aumento de 300% nos saldos nos últimos 12 meses.

Agora, passando para o desempenho da originação de empréstimos.

A originação total de empréstimos atingiu um recorde de R\$20,2 bilhões no 1T25, um aumento de 64% ano a ano.

Os empréstimos sem garantia foram o principal fator, atingindo um recorde histórico de R\$17,3 bilhões. Isso reflete a força de nossas capacidades de aprovação de crédito. Como vocês devem se lembrar, no final de 2022, nós deliberadamente recuamos dessa classe de ativos em resposta a condições de crédito adversas. Desde então, ajustamos nossos modelos de crédito e funis de aquisição — e hoje, estamos vendo o momento mais forte até agora, tanto em volumes de originação quanto em *unit economics*. A aprovação de crédito nunca é uma linha reta, e nossa capacidade de recuar, recalibrar e retornar com velocidade e disciplina é uma importante vantagem competitiva.

Na perspectiva de empréstimos com garantia, o crescimento neste trimestre foi temporariamente impactado por uma interrupção na API de empréstimos com garantia FGTS, que pausou as originações por quase 10 dias em todo o mercado entre o final de fevereiro e o início de março. No entanto, os

empréstimos consignados públicos ganharam mais tração — crescendo mais de 50% trimestre a trimestre.

Finalmente, vemos o novo produto de empréstimo consignado privado no Brasil como uma oportunidade única de entrar em um segmento historicamente dominado pelos três maiores bancos incumbentes do Brasil. Os empréstimos consignados privados abrirão portas para relacionamentos com clientes, dados de clientes e garantias de clientes que antes estavam fora do nosso alcance — e estamos totalmente comprometidos.

Embora não esperemos nenhum impacto material de curto prazo em nossos negócios de empréstimo sem garantia, estamos confiantes de que a escala e o valor estratégico dessa oportunidade superam em muito os riscos de curto prazo.

Assim como fizemos com o FGTS — onde nos tornamos líderes de mercado —, estamos construindo um produto nativo digital do zero, utilizando nossas vantagens de custo para entregar a melhor oferta do mercado.

Agora vamos à análise detalhada da nossa carteira de cartões de crédito.

O crescimento das parcelas que rendem juros reacelerou no 1T25, representando agora 29% do total da carteira de cartões de crédito. Isso se compara ao 4T, que tipicamente apresenta um aumento sazonal nos saldos que não rendem juros devido a maiores volumes de compra.

Também observamos um impulso apoiado por uma originação mais forte no Pix Financiados e outros produtos de crédito transacionais.

Especificamente sobre o Pix Financiados, embora ainda não tenhamos retomado totalmente o crescimento em alguns segmentos de maior risco — enquanto os testes continuam — otimizamos os fluxos de conversão no aplicativo. Isso impulsionou volumes de originação mais fortes, especialmente no final do trimestre.

Agora, vamos nos aprofundar no Pix Financiados e em nossos outros produtos de crédito transacionais.

Este é outro exemplo claro da nossa abordagem disciplinada ao crédito. No segundo semestre de 2024, vimos que, entre as faixas de maior risco, o uso do Pix Financiados começou a impactar negativamente o NPS e reduzir o engajamento — representando um risco à principalidade. Agimos rapidamente, apertando os critérios de elegibilidade para esses segmentos.

Isso levou a uma queda deliberada nos volumes e nos rendimentos. Mais uma vez, não estamos otimizando para um crescimento linear — estamos construindo valor sustentável e resiliente para clientes e acionistas. A retração do Pix Financiados não ocorreu por conta de falta de demanda ou um *unit economics* desfavorável, mas sim pela nossa escolha de proteger a experiência do cliente e a principalidade a longo prazo.

Desde então, expandimos gradualmente o acesso, melhoramos os fluxos no aplicativo e lançamos novos recursos – levando a originação recorde em março.

Essa recuperação, alcançada sem comprometer a qualidade do crédito, destaca nossa agilidade, mentalidade de priorização do cliente e orientação de longo prazo.

Do lado de captação, os depósitos totais atingiram US\$31,6 bilhões no 1T25 – um aumento de 48% em uma comparação anual e de 1% trimestre a trimestre, ambos em base neutra de efeitos cambiais. O crescimento foi impulsionado pelo forte momento no México e na Colômbia, enquanto o Brasil registrou uma modesta queda de 1% – superando ainda assim a sazonalidade típica do 1T, que tem uma queda média de 5%.

Continuamos investindo em nossas operações de depósito no México e na Colômbia. Escalonar os depósitos de varejo em moeda local é fundamental – não apenas para financiar o crédito ao consumidor em condições competitivas, mas também para gerar dados que alimentam nossos modelos de análise de crédito e segmentação. Estamos muito satisfeitos com o ritmo e a escala do nosso crescimento nesses mercados, uma vez que isso reduziu significativamente o risco da nossa estratégia de captação.

Naturalmente, esses investimentos levaram a um aumento gradual nos nossos custos médios de captação. Começamos a otimizar tanto o design quanto o preço dos nossos depósitos no México e na Colômbia, mantendo ainda forte crescimento e engajamento. Nos próximos trimestres, esperamos que os custos de captação venham a diminuir à medida que a base amadurece – embora permaneçamos prontos para ajustar rapidamente em resposta a oportunidades de curto prazo ou mudanças na dinâmica competitiva.

No 1T, a receita financeira líquida de juros (NII) cresceu 34% ano a ano e 5% trimestre a trimestre, ambos em base neutra de efeitos cambiais, atingindo um novo recorde histórico de US\$1,8 bilhão.

As margens de juros líquidas (NIM) consolidadas diminuíram 20 pontos base, para 17,5%, refletindo os diferentes estágios das nossas geografias, como veremos no próximo slide.

No Brasil, a NIM expandiu trimestre a trimestre e permaneceu estável em comparação com o ano anterior. Os negócios continuam a crescer com forte rentabilidade e resiliência, apoiados por uma base de depósitos competitiva. A evolução do nosso mix de ativos, juntamente com um aumento gradual na relação empréstimo/depósito (LDR), deve impulsionar uma maior expansão da NIM nos próximos anos.

Agora, no México e na Colômbia, as NIMs foram temporariamente impactadas pela nossa decisão de investir na construção de operações de depósito locais. Esses são investimentos deliberados e estratégicos, com o objetivo de desbloquear *funding* de baixo custo em grande escala, aprofundar nossos relacionamentos com os clientes e possibilitar o crescimento sustentável do crédito. Nada mais é do que a mesma estratégia que executamos com sucesso no Brasil.

Passando ao lucro bruto, que totalizou US\$1,3 bilhão no 1T – queda de 3% sequencialmente, mas aumento de 32% ano a ano em base neutra de efeitos cambiais . A queda trimestre a trimestre e a

consequente queda na margem de lucro bruto para 40,6% foram impulsionadas principalmente por maiores provisões para perdas de crédito e maiores despesas com juros no Brasil. Isso reflete o aumento da taxa SELIC, que ainda não reprecificamos totalmente em toda a carteira. Além disso, a expansão da nossa base de depósitos no México e na Colômbia – embora seja um investimento estrategicamente importante – exerceu pressão de curto prazo sobre as margens.

Youssef detalhará a dinâmica das provisões para crédito em breve, mas já adiantando: é um efeito sazonal, amplamente em linha com os anos anteriores.

Agora, vamos à eficiência operacional.

No 1T, nosso índice de eficiência melhorou para 24,7%, refletindo uma melhora sequencial de 520 pontos base e uma melhora anual de 740 pontos base.

O resultado deste trimestre inclui um impacto não recorrente de US\$47 milhões da remensuração de um item específico no ativo fiscal diferido. Excluindo esse efeito, o índice de eficiência teria sido de 26,7% – ainda uma melhora de 320 pontos base trimestre a trimestre, reforçando nossa posição como um dos *players* mais eficientes globalmente.

O lucro líquido atingiu US\$557 milhões no primeiro trimestre, um aumento de 74% ano contra ano em base neutra de efeitos cambiais. Como esperado, o crescimento sequencial foi mais moderado devido à sazonalidade típica do primeiro trimestre — mas ainda entregamos outro trimestre de forte desempenho de resultado final.

Este resultado se traduziu em um ROE anualizado de 27% — mesmo mantendo mais de US\$4 bilhões em capital excedente em todas as nossas geografias e na *holding*. Isso coloca o Nu entre as instituições financeiras mais lucrativas da América Latina.

Ao discutirmos os resultados consolidados do Nubank, pode ser fácil perder de vista o desempenho de nossos negócios de banco digital. Nossos resultados reportados combinam três realidades muito diferentes: (i) uma operação mais madura e de maior porte no Brasil; (ii) dois mercados de alto crescimento e em estágio inicial no México e na Colômbia, onde os investimentos iniciais ainda são significativos; e (iii) uma *holding* com cerca de US\$ 3 bilhões em capital excedente.

É por isso que estamos dedicando um momento para analisar o Brasil de forma isolada. É o melhor ponto de prova da força e escalabilidade do nosso modelo de banco digital — e uma boa prévia de para onde o México e a Colômbia estão caminhando com o tempo.

Ao analisar a evolução de nossa escala e eficiência no Brasil, a conclusão é clara: este modelo oferece lucratividade saudável, mesmo oferecendo a melhor experiência do cliente da categoria, maior acesso a serviços financeiros e preços abaixo do mercado.

E estamos apenas começando. Ainda há um longo caminho pela frente.

Com isso, passarei a palavra a Youssef para apresentar a qualidade dos ativos e a saúde geral de nossa carteira de crédito.

Youssef Lahrech: Obrigado, Lago. Olá a todos.

Começando, como de costume, com as tendências de NPL.

Neste trimestre, os NPLs de 15 a 90 dias aumentaram 60 pontos-base, para 4,7%, amplamente em linha com as expectativas e ligeiramente abaixo do aumento sazonal histórico de 70 pontos base.

Quanto aos NPLs acima de 90 dias, observamos uma queda de 50 pontos base, para 6,5%, superando as tendências históricas. Essa melhora é consistente com os menores níveis de NPL 15-90 observados nos trimestres anteriores, já que os NPLs acima de 90 dias ficam entre 1 e 3 trimestres atrás dos NPLs de 15 a 90 dias.

A provisão para perdas de crédito aumentou para US\$973,5 milhões neste trimestre, impulsionada por dois fatores principais: (i) crescimento contínuo da carteira e (ii) o aumento sazonal na NPL 15-90 que normalmente vemos no primeiro trimestre.

Essa dinâmica pesou sobre nossa NIM ajustada ao risco, que caiu para 8,2%. Da redução de 130 pontos base, aproximadamente três quartos decorreram de efeitos sazonais no CLA, com o impacto restante principalmente ligado às pressões de curto prazo na NIM no México e na Colômbia, como Lago mencionou anteriormente — refletindo nosso investimento estratégico na construção de franquias de depósitos locais nesses dois mercados.

Agora, passando para nossos índices de cobertura.

No gráfico à esquerda, mostramos o Índice de Cobertura sobre o Saldo Total. Essa métrica reflete a evolução histórica de nossa carteira de crédito ao consumidor. Ao longo do tempo, à medida que a parcela de nossa carteira sujeita a ganho de juros de cartões de crédito aumentou e, mais recentemente, à medida que o crédito sem garantia — que acarreta maior risco — ganhou participação, o índice apresentou uma tendência de alta, como esperado. O aumento mais recente também reflete o aumento das provisões para perdas de crédito que acabamos de discutir, impulsionadas pelo crescimento da carteira e pela sazonalidade típica do primeiro trimestre.

No lado direito, apresentamos o Índice de Cobertura sobre NPLs acima de 90 dias. Esse índice destaca a prudência de nossa abordagem de gerenciamento de risco, que se baseia no provisionamento antecipado sob o modelo de perdas esperadas de crédito. Um índice mais alto aqui significa que estamos provisionados para potenciais perdas futuras, em linha com nossa filosofia de crédito disciplinada e prospectiva.

Com isso, abriremos agora a sessão de perguntas.

Operador: Vamos agora iniciar a sessão de perguntas e respostas aos investidores e analistas. Caso deseje fazer uma pergunta, por favor, pressione o botão "reação", e então clique no botão "levantar a mão". Caso sua pergunta seja respondida, você poderá sair da fila clicando em "abaixar a mão". Por favor, limite-se a uma pergunta e um follow-up. Caso você tenha mais perguntas, por favor, entre na fila novamente. Você poderá submeter perguntas online a qualquer momento hoje, utilizando a caixa Q&A do webcast.

Gostaria de passar a palavra para o **Sr. Guilherme Souto**, Diretor de Relações com Investidores.

Guilherme Souto: Obrigado, operadora. Você poderia abrir a linha para Jorge Kuri, do Morgan Stanley?

Jorge Kuri, Morgan Stanley: Eu queria perguntar sobre a divulgação da NIM no Brasil de 21,8%, que está basicamente estável desde o terceiro trimestre, embora as taxas SELIC estejam cerca de 200 pontos base mais altas, o que aumenta seus custos de financiamento. Vocês passaram pela redução do Pix, que é um ativo de altíssimo rendimento. E, em geral, nossos primeiros trimestres são normalmente sazonalmente fracos em termos de margem. Então você pode nos ajudar a entender o que está por trás da resiliência dessa NIM do Brasil? E eu sei que você não fornece nenhum *guidance*, mas é justo dizer que a NIM realmente atingiu seu máximo e devemos ver uma melhoria contínua a partir daqui?

Guilherme Lago: Jorge, aqui é Lago. Muito obrigado pela sua pergunta. Acho que você estava se referindo ao slide 16, onde apresentamos as aberturas das NIMs do Brasil e das NIMs de forma consolidada. E sim, vimos movimentos no mix de portfólio, especialmente à medida que recuamos do financiamento do Pix e aumentamos nossa exposição a clientes menos arriscados, o que seria, tudo o mais constante, um obstáculo para as NIMs. Vimos também a SELIC subir, o que, se tudo o mais se mantiver constante, será um pequeno obstáculo para as NIMs no curto prazo. Mas acho que, ao contrário, Jorge, vimos aumentos nos LDRs, índices de empréstimos sobre depósitos, o que, de certa forma, compensa esses dois ventos contrários.

Daqui para frente, esperamos que os benefícios da alavancagem do balanço patrimonial, com aumentos nos índices de empréstimos sobre depósitos, sejam o principal tipo de impulsionador para nossa expansão das NIMs. E, no médio prazo, esperamos que as NIMs aumentem. Embora não possamos necessariamente ter uma perspectiva de alta convicção para um trimestre aqui, um trimestre ali, nunca é linear, mas vemos um aumento em relação ao ponto em que estamos hoje.

Jorge Kuri, Morgan Stanley: Lago, e se me permite um follow-up, você mencionou que parte da originação de empréstimos com garantia foi impactada porque o FGTS não foi originado por 10 dias. São 10 dias úteis, do total de dias úteis do trimestre? Ou como avaliamos a magnitude desse impacto? Em outras palavras, se considerássemos a originação média por dia ou a originação ajustada para esses dias, os R\$2,9 bilhões em originações que você fez no trimestre teriam sido muito maiores, novamente, assumindo um prejuízo normal em vez do prejuízo de 10 dias que você teve.

Guilherme Lago: Acho que essa questão operacional, que o mercado teve com o FGTS, provavelmente causou um impacto de 10% no trimestre, então para o FGTS. Então essa é a ordem de grandeza que eu consideraria para isso, Jorge.

Guilherme Souto: E nossa próxima pergunta vem de Eduardo Rosman, do BTG Pactual.

Eduardo Rosman, BTG Pactual: Parabéns pelos números. Acho que tenho uma pergunta para o David, porque alguns dias depois do final do quarto trimestre, acho que foi no final de fevereiro, o David fez parte do Nu Videocast, onde ele falou sobre muitas coisas, mas uma mensagem forte veio da grande empolgação com o lançamento do Nu além da América Latina, certo? Aí no final de março a gente viu o anúncio de que vocês estavam de volta ao dia a dia, assumindo a liderança direta. Então, apenas tentando entender aqui como podemos entender isso. É justo dizer que talvez o Brasil e o México sejam - eu sei que eles são as prioridades - mas é justo dizer que eles são, novamente, as principais prioridades e talvez ir além da América Latina, vá demandar um pouco mais de tempo? Ou ainda devemos esperar algum anúncio até o final do ano? Apenas tentando entender os anúncios recentes e a mensagem.

David Vélez: Claro, Rosman. Obrigado pela pergunta. Sim. O Brasil, México e Colômbia continuam sendo o foco da empresa neste momento, como vocês podem ver na história, há muito o que fazer até no Brasil enquanto continuamos a monetizar essa base. No entanto, sempre pensamos que a tese que estamos executando desde 2013, é a de que o futuro do banco de consumo global é o modelo bancário digital. É uma tese global. Não é específico do Brasil. Não é específico do México.

Algumas das vantagens até mencionada pelo Lago mencionou aqui neste slide, onde de repente você tem este modelo de negócios que pode crescer mais rápido, alcançar mais clientes, gerar maior retorno sobre o patrimônio líquido para os acionistas e gerar maior NPS, provam que este modelo é o modelo certo para conquistar uma porcentagem muito significativa da população. Então, estamos pensando nisso agora para os próximos 5 a 10 anos. Estamos pensando nesse potencial de internacionalização. Estamos progredindo com uma pequena porcentagem da nossa alocação. Ainda não estou pronto para anunciar quando teremos mais dados, especificamente sobre qual será a estratégia. E acreditamos que isso será uma parte importante da nossa história nos próximos 5 a 10 anos.

Mas, por enquanto, acho que tudo o que posso dizer é que estamos muito, muito, muito focados nestes três mercados e muito do trabalho que continuamos a fazer na melhoria de plataformas e sistemas, na melhoria da qualidade geral que temos no nosso produto, tudo isso, em última análise, vai ajudar em qualquer internacionalização potencial para além dos mercados em que operamos hoje.

Guilherme Souto: E a nossa próxima pergunta vem do Pedro Leduc do Itaú BBA.

Pedro Leduc, Itaú BBA: Em relação às despesas com provisões e sua vinculação às NIMs, historicamente, vocês sempre superaram as despesas com provisões mais altas, precificando-as de forma muito adequada, sem outros detalhes específicos no Brasil e no México. Mas quando olho para o NII geral após o custo do risco, ele vem caindo um pouco em relação ao NIM ajustado ao risco há vários trimestres. Então, minha pergunta é: em relação a essa direção daqui para frente, quando vocês acham que poderão ajustar ou estabilizar os NIMs ajustados ao risco gerais? E de onde vocês acham que isso virá? Será um custo de risco menor, o que, honestamente, foi a maior surpresa para mim neste trimestre, foi o custo de risco mais alto, visto que vocês têm subscrito de forma mais seletiva nos últimos 3 trimestres. Então, estou tentando conciliar essas partes daqui para frente..

Guilherme Lago: Sim. Leduc, muito obrigado pela sua pergunta. Deixe-me tentar mostrar alguns slides e acho que isso nos ajudará a amarrar a história que temos. Então, se você for para o slide 24, você verá a evolução da nossa margem financeira líquida ajustada ao risco, que acredito ser algo que você estava se referindo. A margem ajustada ao risco no último trimestre, primeiro trimestre de 2025, teve uma queda de cerca de 130 pontos base. Cerca de 3/4 da queda é totalmente sazonal. Então, a cada primeiro trimestre de cada ano, especialmente devido à dinâmica no Brasil, como vocês viram no primeiro trimestre de 2024, como vocês viram no primeiro trimestre de 2023, você vê um aumento no CLA e você vê um aumento no custo do risco no trimestre.

De fato, se observarmos o custo delta do risco em cada primeiro trimestre de cada ano, o de 2025 não foi de forma alguma superior à média dos últimos 3 anos. E podemos ver o custo do risco em 2024. Digamos que 3/4 disso foi sazonal. O outro 1/4, Leduc, foi basicamente resultado da contração do NIM resultante dos investimentos que estamos fazendo na base de depósitos do México e da Colômbia.

Então é assim que a gente está vendo o negócio agora, quando colocamos isso de forma consolidada, fica cada vez mais difícil ter uma perspectiva muito precisa de cada um dos negócios porque você tem basicamente três peças diferentes. Você tem o Brasil, que é um país mais maduro, embora ainda não

esteja maduro nas operações. Você tem o México e a Colômbia, que são operações de alto crescimento nas quais estamos fazendo muitos investimentos. E você tem uma holding que agora detém cerca de US\$ 3 bilhões.

Portanto, acredito que, daqui para frente, se analisarmos especificamente o Brasil, esperaríamos ver os NIMs estáveis ou em crescimento, à medida que realavancarmos o balanço, com margens ajustadas ao risco muito atrativas, que devem se manter estáveis ou em ascensão. Esperamos continuar investindo no México e na Colômbia. E a extensão desses investimentos dependerá, em grande parte, do engajamento adicional dos clientes e da dinâmica competitiva que teremos lá.

A última coisa que eu diria é que, neste trimestre, Leduc, creio que pela primeira vez, apresentamos um retrato independente do desempenho do Brasil. Então, se você for para o Slide 21, verá a evolução dos clientes, receitas e lucro líquido no Brasil, e os retornos que tivemos no Brasil de forma independente. E você pode ver isso no lado direito, mesmo mantendo as margens líquidas de juros relativamente estáveis como tivemos de 2024 a 2025, você pode continuar a ver os retornos sobre o patrimônio líquido subindo principalmente devido à realavancagem do balanço e à alavancagem operacional que temos em nossos negócios.

E, em nossa visão, o retrato que nos é oferecido aqui no Slide 21 serve não apenas como uma referência de que o modelo de negócios funciona em escala no Brasil, mas também pinta a direção que acreditamos que o México e a Colômbia seguirão no futuro.

Guilherme Souto: E nossa próxima pergunta vem de Tito Labarta, do Goldman Sachs.

Tito Labarta, Goldman Sachs: Minha pergunta é um *follow-up* sobre os empréstimos com garantia em geral, tendências muito boas no trimestre, apesar de vocês não terem conseguido originar os empréstimos do FGTS nesses 10 dias. Mas talvez nos ajude a pensar um pouco mais sobre como essa oportunidade é para vocês, porque parece que o Nu está começando a realmente acelerar nesse sentido, não apenas no FGTS, mas você também mencionou que o crédito consignado público cresceu acho que 50% no trimestre. Depois, você tem o crédito consignado privado. Ajude-nos a pensar sobre o quão grande a carteira de empréstimos com garantia pode se tornar para você? E quão agressivo você pode ser em relação ao FGTS, ao crédito consignado público e ao crédito consignado privado? Só para pensar nessa oportunidade de longo prazo que se apresenta para você, visto que ainda está em estágios muito iniciais.

Guilherme Lago: Tito, muito obrigado pela pergunta. Olha, vou tentar responder diretamente a essas três perguntas. Gostaria de começar chamando sua atenção para o Slide 6, no qual apresentamos nossa visão mais recente sobre o *pool* de lucros do Brasil. E acho que ajuda a ter uma perspectiva sobre o tamanho do mercado e qual é o nosso potencial de crescimento.

Então, se você for para o slide 6, você vai perceber que esse é um tipo de *pool* de lucro bastante grande, no qual começamos com cartões de crédito, onde agora temos 15% de *market share*. Continuamos crescendo em todos os segmentos. E o segundo produto que lançamos foram os empréstimos pessoais que vocês podem ver no lado esquerdo da tela, que é o maior *pool* de lucros em si, onde nossos clientes, se eu pegar os números de previdência social de nossos clientes e levá-los ao banco de dados do Banco Central, eles agora respondem por quase 60% do *pool* de lucros total. Isso significa que não precisamos pescar fora do nosso aquário para podermos aumentar nossos *shares* em empréstimos pessoais sem garantia em quase 10 vezes, certo? Então isso é um crescimento enorme para nós.

Então vamos ao crédito consignado, que é aquele que você pediu explicitamente, ainda temos um *market share* inferior a 1%. E aí você vai além do empréstimo consignado privado que foi lançado recentemente e do qual estamos muito entusiasmados em fazer parte. Então se eu dividisse sua pergunta em três: agora crédito consignado público, FGTS e crédito consignado privado.

Eu diria que, no crédito consignado público, estamos começando a ver uma tração muito encorajadora. Crescemos 50%. Mas ainda não estamos nem perto de onde queremos estar neste produto. Ainda estamos aumentando nossa conectividade com vários sistemas de garantia. Estamos assinando acordos de garantia com os maiores estados e municípios. Estamos melhorando o fluxo de portabilidade para nossos clientes e de clientes de terceiros. E, à medida que começarmos a ver as taxas de juros potencialmente caindo no Brasil nos próximos trimestres, seria de se esperar que a portabilidade do crédito consignado público aumentasse. Mas esse é um produto que nasceu *offline*. Nasceu por meio de corretoras de empréstimos e originação em agências bancárias. Portanto, é mais difícil mudarmos o comportamento, mas os primeiros sinais são super encorajadores e achamos que chegaremos lá mais rápido do que pensávamos inicialmente.

Agora o interessante a fazer é que quando você entra no FGTS, que é um produto que já nasceu digital, né? Não havia corretores de empréstimos. Não havia agências bancárias. É um produto que conseguimos acelerar ainda mais rápido. Acreditamos que em 2024 respondemos por aproximadamente 20% a 25% de todas as originações de FGTS no Brasil. Nos primeiros 2 meses de 2025, podemos ter sido responsáveis por cerca de 30% do seu crescimento. Então isso mostra que quando somos capazes de colocar em jogo nossas vantagens de baixo custo e que podemos ter um papel bastante impactante nisso.

E no crédito consignado privado, não achamos que será diferente do FGTS. Por quê? É um produto que já nasceu totalmente digital. É um produto que poderemos oferecer a um número muito grande de nossos clientes com uma base de custo muito baixa, com as melhores experiências e interfaces de usuário e com um preço disruptivo. Então, estamos animados com este produto. Ainda estamos testando e aprendendo sobre alguns dos tipos de garantia. Não acredito que exista qualquer tipo especial de vantagem para os pioneiros que exijam um pouco mais de risco nas estruturas de garantia até que sejam melhor testados. Mas certamente é um produto no qual esperamos investir de forma muito agressiva nos próximos trimestres e anos.

Tito Labarta, Goldman Sachs: Ótimo. Isso é útil, Lago. Se me permite, só um breve comentário sobre isso. Você mencionou que não espera nenhum impacto material de curto prazo com o potencial refinanciamento de alguns empréstimos sem garantia para o consignado privado. Você poderia explicar um pouco mais por que você acha que não deveria haver nenhum impacto?

Guilherme Lago: Porque basicamente pensamos que o crescimento do tamanho do bolo superará em muito qualquer potencial canibalização de curto prazo em empréstimos pessoais sem garantia, certo? E é o melhor produto para os nossos clientes. É o produto que colocaremos diante de cada cliente que pode se beneficiar com isso. E pensamos que seremos capazes de conceder mais crédito, melhor crédito e a mais clientes do que poderíamos fazer de outra forma. E esta deverá ser uma tendência ainda mais forte do que os potenciais impactos negativos a curto prazo nos empréstimos pessoais sem garantia.

E, claro, voltando à pergunta de Leduc, Tito, em uma base ajustada ao risco, dado que se espera que este produto tenha risco menor - não nenhum risco, mas risco menor -, isso também deveria nos dar um bom lucro bruto daqui para frente.

Guilherme Souto: E a nossa próxima pergunta vem do Thiago Batista do UBS.

Thiago Batista, UBS: Parabéns pelos resultados. Tenho uma dúvida sobre cartão de crédito. Quando procuro os clientes ativos, neste trimestre, vimos uma pequena expansão, provavelmente porque esse produto parece estar próximo da maturação no Brasil. Mas chamando a atenção que havia cerca de 9 milhões de portadores de cartão no primeiro trimestre que estão ativos em termos de receita, mas não em termos de transações, o que significa cerca de, digamos, 22% da sua base de titulares de cartão. Esse nível de clientes que não estão utilizando o cartão para novas transações é uma preocupação para o Nu? Você tem alguma estratégia para tentar reduzir esse número? E também ligado a isso, se o avanço que você anunciou recentemente, o programa de refinanciamento, de alguma forma poderia melhorar o número de usuários ativos ou titulares de cartão.

Youssef Lahrech: Obrigado pela pergunta. Aqui é o Youssef. Sim, como você mesmo mencionou, sempre há um número razoável de clientes de cartão de crédito ativos do ponto de vista da definição de receita, mas não necessariamente do ponto de vista transacional. Muito disso pode ser motivado apenas por uma restrição de limite de crédito. Como você sabe, tendemos a ser muito conservadores, especialmente no início com novos clientes, em relação à forma como concedemos limites de crédito. Portanto, esperamos ver a utilização e o bom comportamento de risco antes de expandir esses limites de crédito. E o que descobrimos é que, quando expandimos esses limites de crédito, observamos uma melhora no comportamento transacional. Portanto, esse não é um fenômeno novo, de forma alguma.

Guilherme Lago: Mas Thiago, acho que esquecemos de responder uma das perguntas que você fez, as renegociações. Então anunciamos as renegociações no início do segundo trimestre de 2025. Portanto, não tem impacto algum nas nossas demonstrações financeiras. Esperamos que tenha um impacto positivo moderado nas nossas demonstrações financeiras nos próximos trimestres, com recuperações mais elevadas. Mas mais do que isso, e indo direto ao ponto, esperamos realmente ver isso fomentando mais atividade em alguns dos cartões de crédito.

Guilherme Souto: E nossa próxima pergunta vem de Gustavo Schroden, do Citi.

Gustavo Schroden, Citi: A minha questão aborda o plano de renegociação de dívidas *Recomeço*, lançado no mês passado e considerado a maior iniciativa do banco nesse sentido. Gostaria de saber se essa ação visa reintegrar clientes ao crédito, com foco no Pix financiado, e se uma adesão limitada poderia comprometer a sustentabilidade desse produto, gerando instabilidade na sua originação nos próximos trimestres. Poderiam compartilhar informações sobre o progresso do programa, incluindo métricas relevantes, e os impactos esperados nos indicadores de balanço, resultados e qualidade dos ativos? Ainda não está claro se o programa não acarretaria um aumento da carteira de créditos de baixa qualidade, enquanto os descontos oferecidos poderiam impactar negativamente o P&L.

David Vélez: Gustavo, obrigado pela pergunta. Como Lago mencionou há um minuto, este é um programa novo. Então não teve nenhum impacto no primeiro trimestre. Esperamos ter um impacto bastante pequeno, mas positivo, no segundo trimestre.

A forma como pensamos sobre isso é uma oportunidade de dar a alguns de nossos clientes um novo começo. Alguns desses clientes podem ter tido problemas de atraso e inadimplência no passado. Muitos deles conseguiram resolver suas dívidas parcial ou totalmente. E, por isso, queremos dar-lhes um incentivo extra para que retomem as suas dívidas, proporcionando, em alguns casos, de uma forma muito seletiva, acesso novamente ao crédito.

Então, para alguns deles, reativaremos seus cartões. Para alguns deles, podemos oferecer descontos, que estão muito alinhados com os descontos que oferecemos nas coleções, e que temos feito há anos com sucesso. E é cuidadosamente projetado e testado com muito cuidado para evitar problemas mais severos. Portanto, tendemos a excluir pessoas que apresentaram sinais de reincidência. Não queremos levar as pessoas a ciclos de dívida. Se não atende clientes, não nos serve.

O programa foi cuidadosamente estruturado para motivar os clientes a liquidarem seus débitos anteriores e, subsequentemente, recomeçarem com novas linhas de crédito. Estas, frequentemente iniciadas com limites modestos e, em muitos casos, asseguradas por depósitos, são gradualmente ampliadas ao longo do tempo, seguindo a análise do histórico de pagamentos, uma prática já estabelecida e bem-sucedida. O objetivo primordial é estimular a regularização financeira e fomentar hábitos de crédito saudáveis, evitando ciclos de endividamento.

Então, tudo isso foi projetado para fornecer incentivos para que os clientes mostrem que podem lidar com o crédito novamente e promover comportamentos de crédito saudáveis. E você aludiu se isso tem alguma relação com o Pix financiado, a resposta é não, não é de forma alguma relacionado ao Pix financiado.

Guilherme Souto: E nossa próxima pergunta vem de Mario Pierry, do Bank of America.

Mario Pierry, Bank of America: Parabéns pelos resultados. Gostaria de direcionar o foco para a margem líquida de juros. Lago, você mencionou que as margens no Brasil devem aumentar, mas minha preocupação reside no aparente maior crescimento da companhia em empréstimos com garantia, que tecnicamente apresentam margens menores que os empréstimos sem garantia. Adicionalmente, considerando que a maior parte do financiamento atual tem vencimento de curto prazo, a expansão para empréstimos de prazos mais longos provavelmente exigirá um aumento na duração do financiamento, o que pode elevar seus custos.

Considerando essa perspectiva, me ajude a entender a razão pela qual se espera um aumento contínuo das margens no Brasil, dado que o crescimento da empresa em empréstimos com garantia, apesar de apresentar tecnicamente margens menores que os empréstimos sem garantia, parece ser mais significativo. Adicionalmente, como a maior parte do financiamento atual possui vencimento de curto prazo, a expansão para empréstimos de prazos mais longos pode demandar um aumento na duração do financiamento, o que poderia elevar os custos. Diante disso, poderia explicar a lógica por trás da expectativa de que as margens no Brasil sigam em trajetória de alta? A demonstração detalhada das margens de 21,8% no Brasil é útil, mas as margens no México e na Colômbia provavelmente não alcançarão esse nível de lucratividade. As margens brasileiras há dois anos eram de 10%, o que leva a crer que, com o crescimento nas operações da Colômbia e do México, as margens nesses países não acompanharão o ritmo do Brasil. Tecnicamente, a tendência de queda nas margens deve persistir à medida que a carteira de crédito na Colômbia e no México represente uma parcela maior do total de empréstimos?

O índice empréstimo/depósito de 44% apresentado considera o saldo total de depósitos e empréstimos, incluindo aqueles que não rendem juros. No entanto, os depósitos no México não podem ser utilizados para empréstimos no Brasil. Ao analisar apenas a relação entre empréstimos e depósitos remunerados no Brasil, percebe-se um aumento. Surge então a questão de como o custo de financiamento poderá melhorar, especialmente diante da possível necessidade de aumentar a duração dos depósitos para lastrear empréstimos de prazos mais longos.

Guilherme Lago: Mário, obrigado pela pergunta. Deixe-me tentar descompactar isso um pouco e ir ponto por ponto. Se você não se importa, deixe-me falar sobre o Brasil e depois falarei sobre o México e a Colômbia, e então podemos tentar juntar tudo.

No Brasil, o custo de financiamento atual não deve apresentar grandes melhorias. Apesar do bom volume de financiamento, não pretendemos reduzir agressivamente o custo de captação, pois almejamos ser a principal plataforma financeira para os brasileiros em pagamentos e armazenamento de valor, mantendo nossa competitividade. Além disso, o aumento na duração dos ativos exigirá o aumento da duração dos passivos, o que pode elevar ligeiramente o custo de financiamento.

Dito isso, acredito, em primeiro lugar, que ainda temos muitos depósitos em nossa franquia brasileira e ainda temos bastante financiamento de médio a longo prazo proveniente de depósitos de varejo no Brasil, que já está embutido em nosso custo de financiamento atual, o que por si só já nos permite aumentar, em um montante bastante considerável, o tamanho de nossa carteira de empréstimos com garantia. Lembre-se de que nossa carteira de empréstimos sem garantia e nossa carteira de cartão de crédito têm prazos muito curtos e podem ser adequadamente financiadas sem aumentos significativos na duração de nossos passivos.

Portanto, a projeção de estabilidade das margens líquidas de juros no Brasil, com potencial de crescimento a médio e longo prazo, reside na realavancagem do balanço. O aumento contínuo do nosso índice empréstimos/depósitos no Brasil, impulsionado pelo crescimento da carteira de crédito superior aos depósitos, deve ser um fator significativo para a expansão das nossas margens líquidas de juros no país.

Mário, Mesmo que a nossa margem financeira líquida no Brasil permaneça estável (apenas para fins ilustrativos), a rentabilidade do negócio ainda pode aumentar significativamente por meio da alavancagem operacional. Assim como vimos nas evoluções do CAC e do custo de servir. Mas eu queria abordar sua questão diretamente sobre as margens líquidas de juros do Brasil.

Agora vamos para as margens líquidas de juros do México e da Colômbia. Sim, penso que no México, nos próximos trimestres, muito provavelmente as margens de juros líquidas serão muito mais apertadas do que no Brasil, até continuarmos a crescer e a otimizar o nosso custo de captação e o nosso índice de empréstimos/depósitos no país. Quase da mesma forma que fizemos, como você deve se lembrar, Mário, no Brasil, cerca de 3,5 a 4 anos atrás, em que otimizamos o financiamento quando pensamos que o momento era certo do ponto de vista competitivo e de proposta de valor para o cliente. Esperamos fazê-lo no México e na Colômbia em algum momento, não necessariamente nos próximos trimestres. E nesse momento, esperamos que a rentabilidade do México convirja para o Brasil.

Penso que a *unit economics* do México relativa aos nossos principais produtos, principalmente cartões de crédito e empréstimos, é tão atraente, se não mais, do que o Brasil. Portanto, não descartaria necessariamente o cenário em que a rentabilidade do México pode agora igualar, se não exceder, a do Brasil. Acho que a Colômbia tem um tipo de NIM mais restrito e acho que a lucratividade lá provavelmente será menor do que no México, mas ainda está acima do nosso limite mínimo de 30% de ROE.

Mario Pierry, Bank of America: Claro. Lago, mas quando você fala que a rentabilidade no México é maior do que no Brasil, você está se referindo ao ROE? Ou está se referindo à margem líquida de juros?

Guilherme Lago: Estou falando do ROA e do ROE. Não estou falando da margem líquida de juros.

Guilherme Souto: E nossa próxima pergunta vem de Yuri Fernandes, do JPMorgan.

Yuri Fernandes, JPMorgan: Eu tenho uma pergunta sobre custo do risco, especificamente sobre a cobertura do estágio 2. Então fica claro, que é uma questão de sazonalidade do primeiro trimestre, assim como as inadimplências de 15 a 90 dias e maiores originações. Mas quando passamos para o estágio 2, em especial, para o gatilho relativo, notamos um aumento na cobertura. Você costumava ter, aproximadamente, 20% de cobertura no estágio 2 para seu gatilho relativo. E neste trimestre você constrói um pouco mais de cobertura. Então, apenas verificando por que está construindo - por que o banco está fazendo mais coberturas para o estágio 2, se estamos vendo um pouco mais de risco nesse segmento? Ou o Nu está sendo apenas conservador e sempre que seu custo de risco se normalizar após a sazonalidade do primeiro tri, poderemos ver alguma margem para que seu custo de risco diminua.

Youssef Lahrech: Yuri, obrigado pela pergunta. Aqui é o Youssef. Então, sim, você está correto em sua observação. Há duas coisas acontecendo com o estágio 2. Como você observou, uma é a sazonalidade normal que vemos no primeiro trimestre. O estágio 2 está intimamente relacionado à inadimplência em estágio inicial, e estas tendem a atingir o pico no primeiro trimestre. E há outro efeito além desse, que tem a ver com o gatilho relativo, tanto em magnitude quanto em índice de cobertura.

O que fazemos, Yuri, é recalibrar periodicamente esses gatilhos em nosso modelo de provisão. Fizemos essa recalibração no primeiro trimestre. Então, atualizamos os critérios para as rotas de entrada no estágio 2, e isso resultou em duas coisas. Uma é um ligeiro aumento no índice de cobertura para esse componente do estágio 2. E você notará, ao mesmo tempo, uma ligeira diminuição na cobertura do estágio 1, porque retiramos alguns desses empréstimos da exposição líquida do estágio 1. Mas se você observar o impacto combinado do estágio 1 e do estágio 2, o agregado aumentou apenas um pouco, cerca de 5%. E achamos que parte dessa recalibração é apenas uma antecipação de empréstimos que teríamos classificado como estágio 2 mais tarde no futuro. Portanto, há um efeito pontual nisso.

Yuri Fernandes, JPMorgan: Super claro, Youssef. E, de fato, vimos que a cobertura total, considerando todos os estágios, tem aumentado, especialmente para cartões de crédito. Se me permite uma breve observação não relacionada, apenas uma incerteza contábil que tenho aqui. Sobre os ativos fiscais diferidos de US\$ 47 milhões, esse DTA já é descontado dos impostos? Ou devemos considerar esses impostos líquidos para o seu lucro líquido do trimestre?

Guilherme Lago: Não, você já deveria pensar nisso como uma base pós-imposto, Yuri.

Guilherme Souto: Obrigado a todos. Estamos encerrando a nossa conversa de hoje, pois já se passaram quase 60 minutos.

Em nome da Nu Holdings e da nossa equipe de Relações com Investidores, gostaria de agradecer imensamente pelo seu tempo e participação na teleconferência de resultados da Nu hoje. Nos próximos dias, responderemos às perguntas recebidas esta noite que não pudemos responder. E, por favor, não hesitem em entrar em contato com a nossa equipe caso tenha alguma dúvida. Obrigado e tenha uma boa noite.

Operador: A teleconferência da Nu Holdings está encerrada. Obrigado por participar da nossa apresentação. Agora você pode se desconectar.