

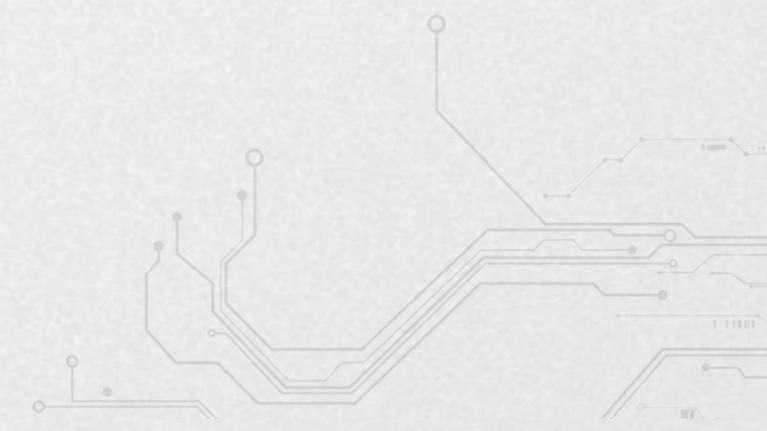
Divulgação
de resultados



1º TRIMESTRE DE 2022
(BR GAAP)



Informação



Esta apresentação pode conter certas declarações prospectivas e informações relativas ao Banco Santander (Brasil) S.A. ("Santander Brasil") e suas subsidiárias, que refletem as visões atuais e / ou expectativas do Santander Brasil e sua administração a respeito de seu desempenho nos negócios, e eventos futuros.

Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração que possa predizer, prever, indicar ou implicar resultados futuros, desempenho ou realizações, e podem conter palavras como "acredita", "antecipa", "espera", "estima", "poderia", "prevê", "potencial", "provavelmente resultará" ou outras palavras ou expressões de significado semelhante.

Tais afirmações estão sujeitas a uma série de riscos, incertezas e suposições. Alertamos que um número de fatores importantes pode causar resultados reais diferentes substancialmente dos planos, objetivos, expectativas, estimativas e intenções expressos nesta apresentação.

Nós não assumimos nenhuma obrigação de atualizar ou revisar quaisquer declarações prospectivas, seja como resultado de novas informações, eventos futuros ou outros. Em nenhum caso o Santander Brasil, ou qualquer de suas subsidiárias, afiliadas, acionistas, diretores, funcionários ou agentes serão responsáveis perante quaisquer terceiros (inclusive investidores) por qualquer decisão de investimento ou negócio ou ação tomada em confiança nas informações e declarações contidas nesta apresentação ou por quaisquer danos consequentes, especiais ou similar.

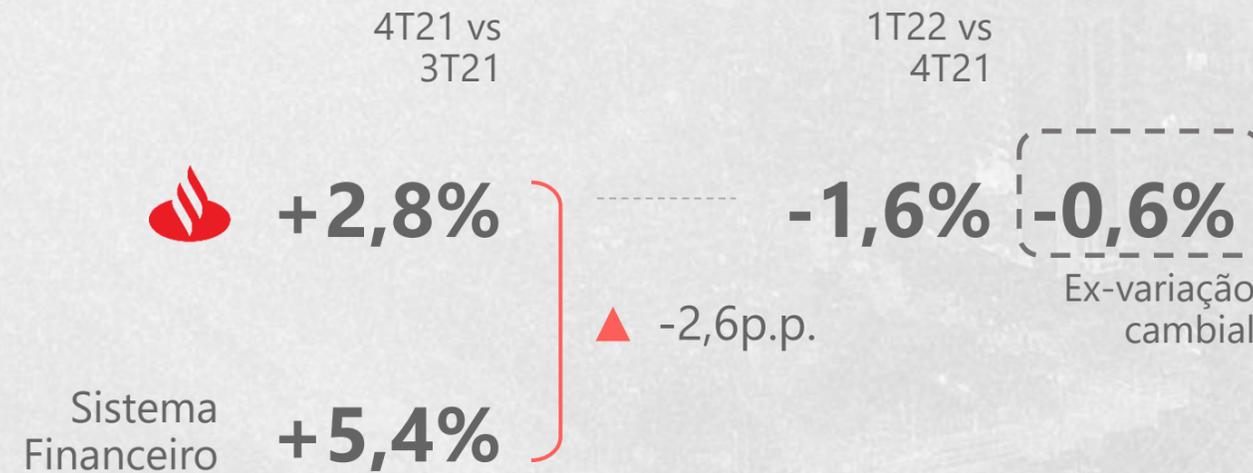
Além dos fatores identificados em outro lugar nesta apresentação, os seguintes fatores, entre outros, podem causar resultados reais diferentes materialmente das declarações prospectivas ou desempenho histórico: mudanças nas preferências e condição financeira de nossos consumidores e condições competitivas nos mercados em que atuamos, mudanças nas condições econômicas, políticas e de negócios no Brasil; intervenções governamentais, resultando em mudanças na economia brasileira, impostos, tarifas ou ambiente regulatório, a nossa capacidade para competir com sucesso; mudanças em nossos negócios, a nossa capacidade de implementar com sucesso estratégias de marketing; nossa identificação de oportunidades de negócios, a nossa capacidade para desenvolver e introduzir novos produtos e serviços, mudanças no custo dos produtos e os custos operacionais; nosso nível de endividamento e outras obrigações financeiras, a nossa capacidade de atrair novos clientes; inflação no Brasil, a desvalorização do real frente ao dólar dos EUA e flutuações da taxa de juros, mudanças presentes ou futuras nas leis e regulamentos, e nossa capacidade de manter relacionamentos de negócios existentes e criar novos relacionamentos.



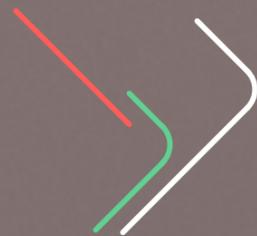
Nossa capacidade de antecipar tendências

Reavaliando carteiras de maior risco desde o 4T21 devido às condições macro:
-Inflação e juros maiores;
-PIB fraco;
-Impacto na renda disponível

Carteira de Crédito (Total)



Desempenho comercial sólido



Cultura orientada para o crescimento:

- Capacidade de reagir a sinais
- Cultura de gerenciamento de riscos

Continuamos expandindo nossos negócios com garantias

67%

Carteira de crédito colateralizada PF

Home Equity

23,4%

market share

Financiamento de veículos

46%

LTV
Fev/22

+28% YoY

Comissões de cartões de crédito

sustenta a nossa
ambição de sermos

**a Melhor Empresa de
Serviços Financeiros para
Consumidores do Brasil**

VOA
SANTANDER

Focado em quatro pilares interligados:



Centralidade no cliente

cli
ente

Incorporando a **mentalidade de defesa do cliente** em tudo o que fizermos

Experiência do cliente ao longo de todo o ciclo de consumo

Projetando **canais de vendas fortes** e mais **integrados**

Melhorando a **capacidade de autoatendimento dos nossos clientes**

Desenvolvendo modelos de precificação dinâmicos e personalizados baseados em dados e segmentação de CRM mais inteligentes

Mudando nossa orientação, do típico 'empurra o produto' para 'escolha e domínio do consumidor';
Experiência do cliente



Cultura Pessoas

cul
tura

Uma cultura **verdadeiramente horizontal**

Principais pilares:

Empoderamento
Meritocracia
Diversidade

Todas as áreas 'pensam e agem' como unidades de negócios

- **Primeira plataforma de serviços financeiros a lançar o NPS** em grande escala
- **Todos os colaboradores tornam-se comerciais** para entender e atender nossos clientes

Focado em quatro pilares interligados:



Canais de Vendas Distribuição

Canais

Construiremos a melhor plataforma de vendas do Brasil

Oferta integrada de venda e pós-venda

Clientes atendidos 24 horas por dia, 7 dias por semana, como quiserem

Abordagem omni-channel

Canal Digital

pilar chave para nossa oferta multicanal integrada

Canal de vendas Remoto

de "suporte ao cliente" a um poderoso e econômico canal de vendas

Canal Físico

vantagem competitiva vs pares digitais; redesenhar nossa loja do futuro; bank-to-go

Canal Externo

crescimento exponencial em várias novas regiões do Brasil



Inovação Capital

Inovação

Transfira Agora Pague Depois

"Divide Pix"

Pioneiros no lançamento do crédito parcelado

90% dos usuários do Divide Pix são novos tomadores

Home-Equity

Líder de mercado¹
23,4% market share

PMEs

SX integra: canal digital para financiamento da cadeia de suprimentos

Capital: retornos e remunerações sólidas aos acionistas

Um dos melhores ROE do mundo



¹ Entre os pares privados

Agenda

1 

**Atualização
Estratégica**

2 

Destques
Resultados 1T22

3 

Conclusões



Rentabilidade **consistentemente alta**, gerando **retornos de referência para os acionistas**



Carteira de crédito

R\$ 455 bilhões
+7% YoY



Receitas

R\$ 19 bilhões
+4% YoY



Eficiência

36,0%
+1,8 p.p. YoY



Lucro Líquido

R\$ 4,0 bilhões
+1,3% YoY

Acionistas

Clientes

Pessoas

Comunidades

ROAE

21,3% 20,6% 20,7%

Dividend Yield

2,4% 8,0% 5,6%

Div/Ação

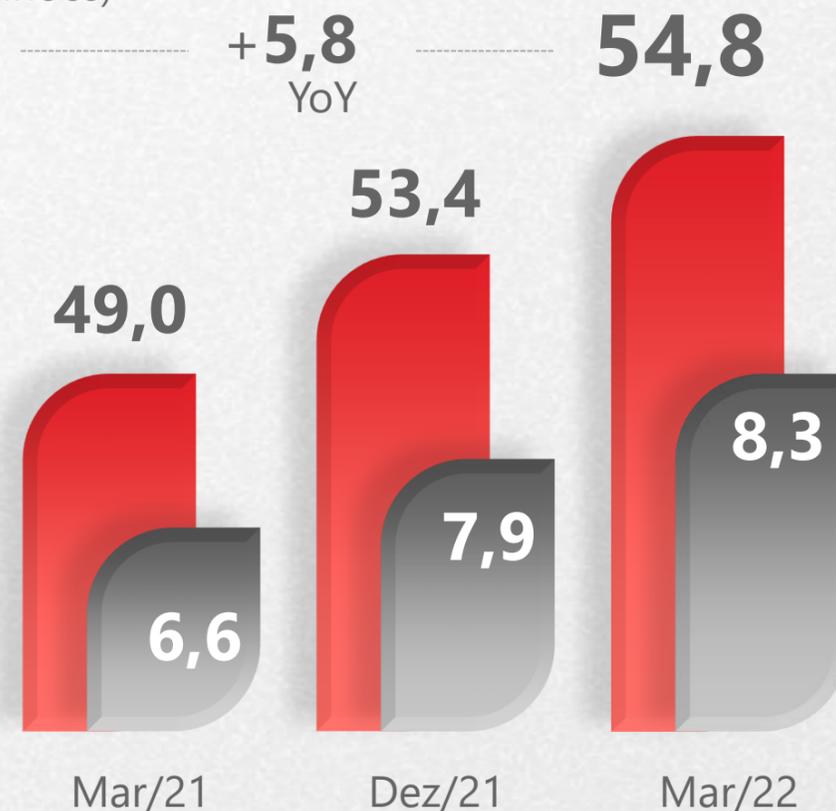
0,24 0,80 0,45

R\$

1T20 1T21 1T22

Adicionando consistentemente mais clientes

Clientes (Milhões)



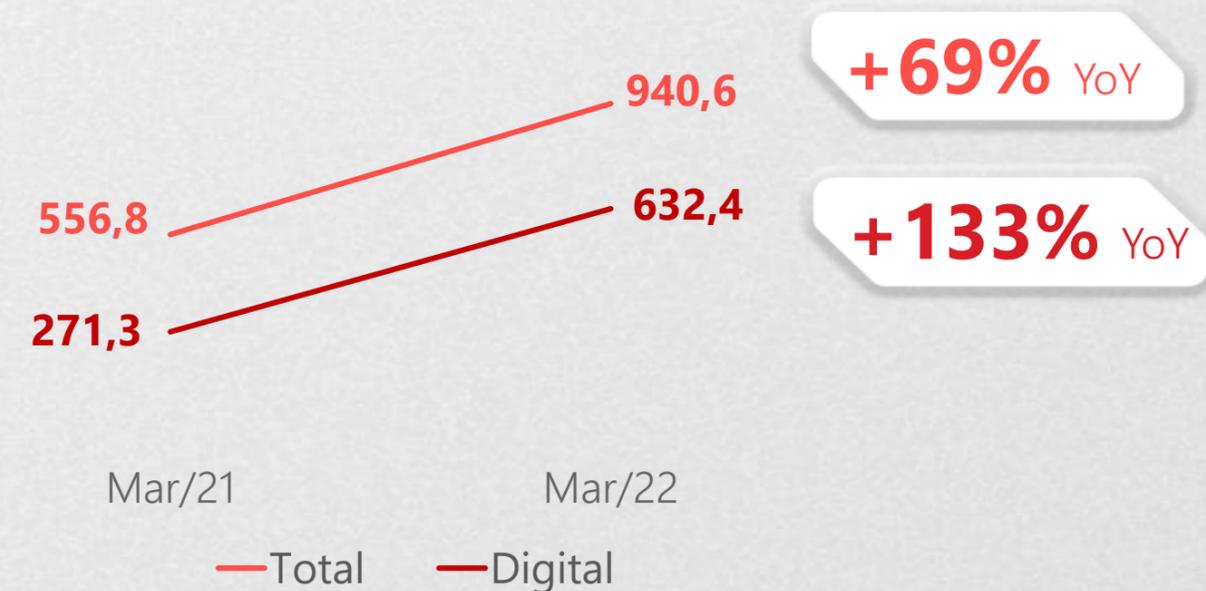
+5,8
YoY

Receita por cliente YoY



Acelerando a aquisição de nossos clientes

Milhares/mês



Crescimento da base de clientes YoY



67% Advindos do canal digital

A experiência aprimorada do cliente aumenta a

vinculação e a rentabilidade por cliente

+ clientes ativos

+70%

tornam-se clientes ativos dentro de quatro meses

Receita de um cliente ativo cresce +15% YoY

+33% vendas no canal digital YoY

+ vinculação

Clientes com mais de 6 produtos

Representam **27% da quantidade de clientes ativos** (+4 p.p. YoY)

25% dos clientes recém-adquiridos são vinculados¹,

A receita de um cliente vinculado é 5,6x superior a de um não vinculado

potencializada pela maior integração das nossas plataformas



¹ Com base na média dos últimos 6 meses



Servindo nossos clientes

quando e onde eles desejarem



Canal Físico

Nossas Lojas

15 milhões

fluxo de pessoas nas nossas lojas/mês



50% são não clientes

Bank to Go

22 mil contratos em Mar/22

Ambição de +200 mil contratos em 2022



Canal Digital

Nossos Aplicativos

517 milhões

acessos/mês¹



17% das novas conquistas são não bancarizados

92%

transações do banco ocorrem nos canais digitais

+3 milhões vendas/mês



Canal Remoto

Hub de venda e pós-venda

20 milhões

acessos/mês



De central para canal de vendas

~800 mil

vendas de produtos/mês

49% dos serviços são realizados fora das 9h às 16h



Canal Externo

Nossa expansão geográfica

Presentes em **2.020 regiões**



representam **36%** dos municípios brasileiros

22 mil

representantes ativos

+R\$ 1 bilhão contratos/mês



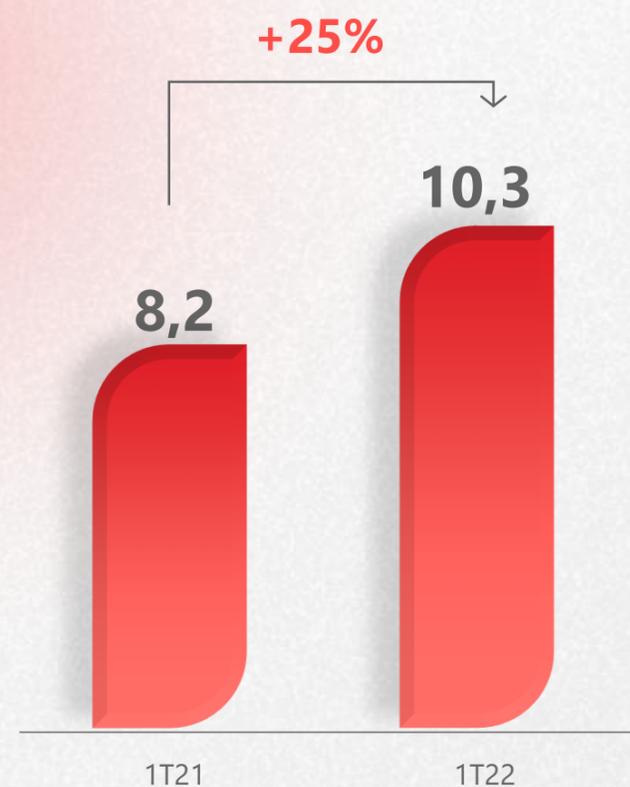
¹ Visitas ao site, IB e APP



Com oferta personalizada a cada perfil, evidenciada na atividade comercial

Produtos vendidos no varejo

#Qtde milhões



Cartões

R\$82 bilhões

Faturamento total 1T22

95%

dos novos clientes de cartões são correntistas 1T22

Toro

+90 mil clientes no 1T22

+227% YoY

Contas ativas

Desendivida

Atendimento à **necessidade de nossos clientes**

Adesão de mais de **250 mil** clientes



Negócios sustentáveis

R\$ 5,2 bilhões¹

Ecosistema Agro

Gira
WayCarbon
Commodities

R\$ 2,0 bilhões

(+47% YoY)
carteira **Prospera**

CBIOS

56%
market share

¹ Considera a produção em linhas de Agronegócio de baixo carbono, energia renovável (desde painéis fotovoltaicos até grandes projetos de infraestrutura), saneamento, microcrédito, financiamentos sustentáveis para o atacado e emissões de título verdes sustentáveis



Melhora da jornada no end-to-end, foco na produtividade e velocidade

Capacidade

Cloud

76% das nossas operações

Volume

10 bilhões transações/mês
+13% YoY



Simplificação de processo

Produção no digital

74% das vendas do crédito pessoal

Velocidade na entrega

Lead time

-20% YoY (de 22 d.u. para 18) Emissão de crédito imobiliário

Custo de servir



Cliente digital
R\$/mês



EXPERIÊNCIA



Centralidade no cliente como base

para o nosso crescimento

NPS 57 pontos

11 milhões solicitações de avaliações por ano

medições diárias

todos os canais de vendas
todos os produtos

NPS
1T22

Imobiliário: **80** pontos
Cartões de crédito: **85** pontos

Conversão de detrator para promotor

+78%
crescimento da receita

A ambição de alcançar

NPS +60 pontos em 2022

Receita de um cliente promotor e vinculado

+7x
superior à receita média total por cliente do Banco



Cultura única,

 representada por nossas pessoas e reconhecida pelo mercado

Diversidade & Inclusão

31,1%

mulheres em cargos de liderança

27,8%

colaboradores negros

Ambição
40%
Dez/25

27,3%

mulheres no conselho de administração



Cultura & Liderança

+2,9mil (+13% YoY)

cursos realizados em 12 meses

72,6%

administrados por nossos próprios funcionários

Fortalecida pelos novos comportamentos corporativos

Think customer
(Penso no Cliente)

Embrace change
(Impulsiono a Mudança)

Act now
(Atuo com rapidez)

Move together
(Trabalho em Equipe)

Speak up
(Falo Abertamente)



Santander

Transformando a sociedade

a partir das nossas **peessoas**

- E** **Carbono neutro** desde 2010
- S** **Maior usina urbana de geração fotovoltaica**
- S** **+R\$ 280 milhões** de créditos concedidos para **culturas sustentáveis** na Amazônia desde 2021
- S** **+77mil** bolsas de **ensino** superior concedidas desde 2015
- G** **GPTW 2021**, com destaque nas categorias: ranking nacional, mulheres, LGBTQI+, instituições financeiras, étnico-racial e 50+

Ambições

Andamento

Meta

Zerar consumo de plástico de uso único



100% do consumo interno de energias renováveis

78% -----> 2025

Net Zero escopo 3

-----> 2050

Reconhecimentos

O Banco mais rentável do Brasil e o 3º do mundo, segundo a Economática



ISE B3

ICO2B3



Agenda

1



Atualização
Estratégica

2



Destques
Resultados
1T22

3



Conclusões



Resultado

recorrente

RE
SUL
TADO

(R\$ milhões)	1T22	1T21	1T22 x 1T21	4T21	1T22 x 4T21
Margem financeira bruta	13.938	13.426	3,8%	14.150	-1,5%
Comissões	4.617	4.367	5,7%	4.980	-7,3%
Receita total	18.555	17.793	4,3%	19.131	-3,0%
Provisão de crédito	-4.612	-3.161	45,9%	-3.693	24,9%
Despesas gerais	-5.534	-5.008	10,5%	-5.618	-1,5%
Outros	-2.829	-3.157	-10,4%	-4.172	-32,2%
Lucro antes de impostos	5.581	6.467	-13,7%	5.648	-1,2%
Impostos e minoritários	-1.576	-2.512	-37,3%	-1.767	-10,8%
LUCRO LÍQUIDO	4.005	3.955	1,3%	3.880	3,2%

1T22

Eficiência

36,0%

+1,8 p.p. YoY

-1,4 p.p. QoQ

Recorrência

83,4%

-3,8 p.p. YoY

-5,2 p.p. QoQ

ROA

1,7%

+0,1 p.p. YoY

+0,1 p.p. QoQ

ROAE

20,7%

+0,1 p.p. YoY

+0,6 p.p. QoQ

Índice de basileia

14,7%

CET1

11,7%

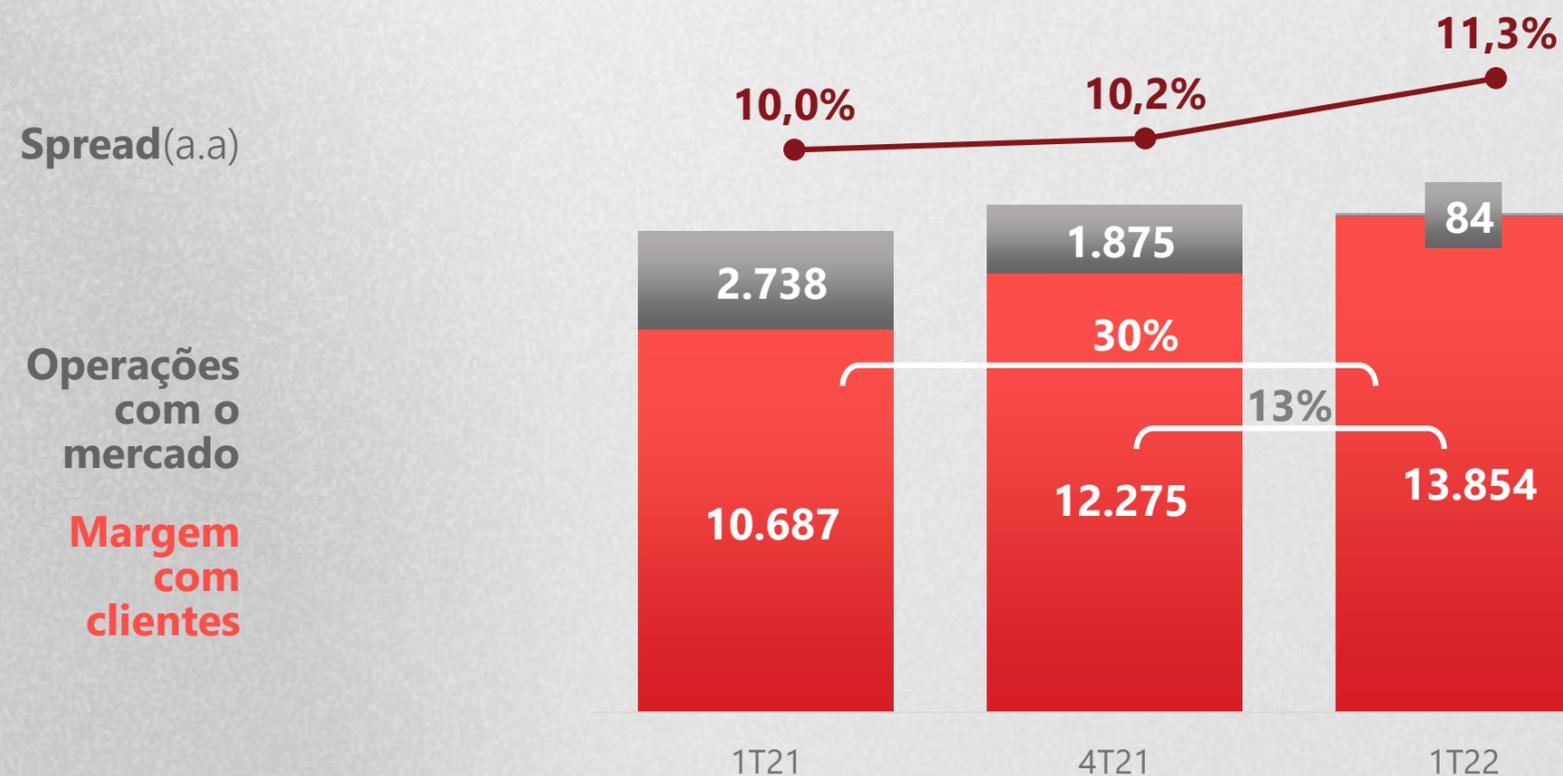


Margem

Impulsionada pela margem de clientes no ano e no trimestre

(R\$ milhões)	1T22	1T22 x 1T21	1T22 x 4T21
Cientes	13.854	29,6%	12,9%
Margem de Produtos	13.161	24,8%	8,7%
Volume	471.153	10,6%	0,5%
Spread (a.a.)	11,3%	1,29 p.p	1,09 p.p
Operações com Mercado	84	-96,9%	-95,5%
Total Margem	13.938	3,8%	-1,5%

Margem financeira bruta (R\$ milhões)



Carteira

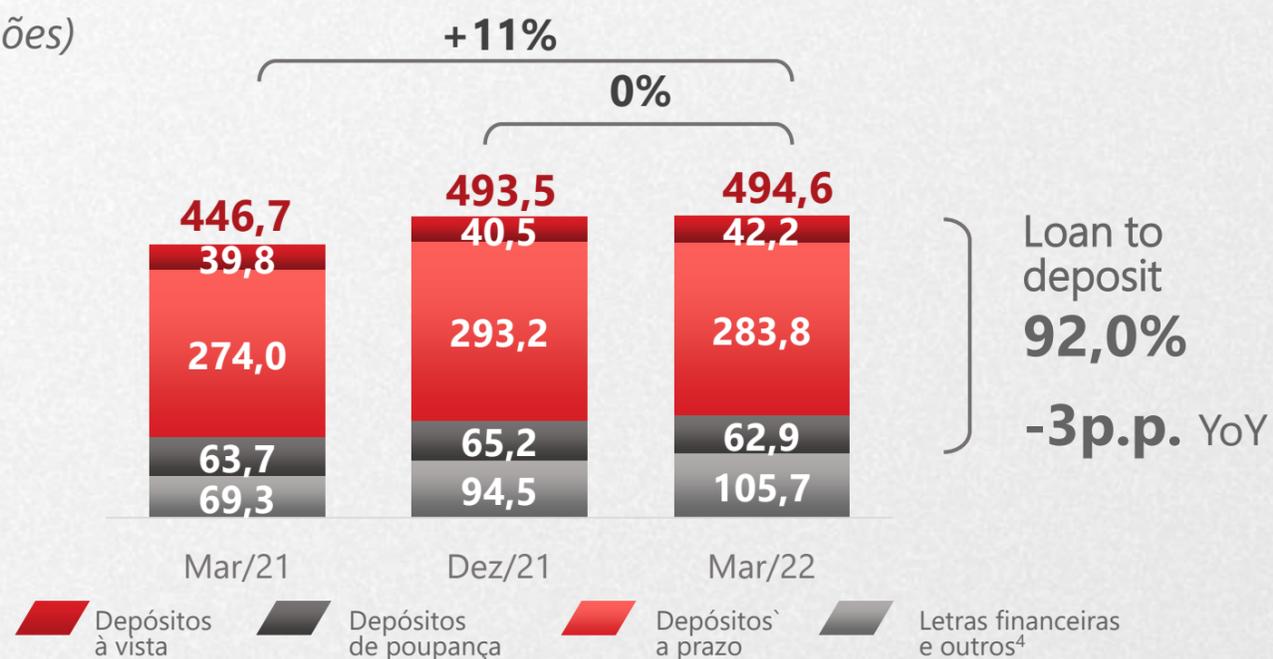
Alinhada com nossa leitura do cenário macro

(R\$ milhões)	Mar/22	Mar/22 x Mar/21	Mar/22 x Dez/21
Pessoa física	212.347	19,0%	1,0%
Financiamento ao consumo	64.826	6,0%	-0,7%
Pequenas e médias empresas ²	61.890	12,2%	0,7%
Grandes empresas ²	116.103	-10,8%	-7,7%
Total¹	455.166	7,2%	-1,6%
Outras operações ³	66.762	-8,3%	-9,4%
Carteira ampliada	521.929	4,9%	-2,7%

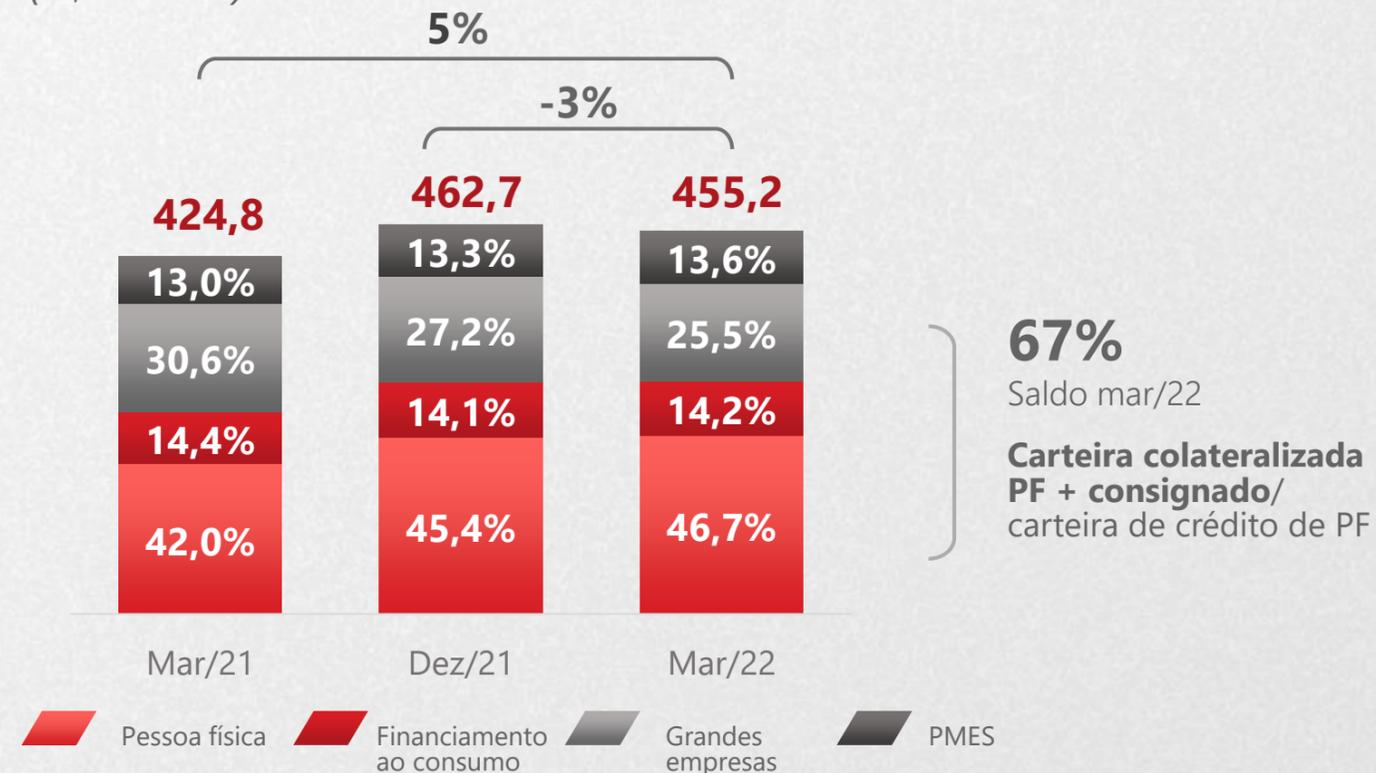
Liquidez/funding

com contínua melhora

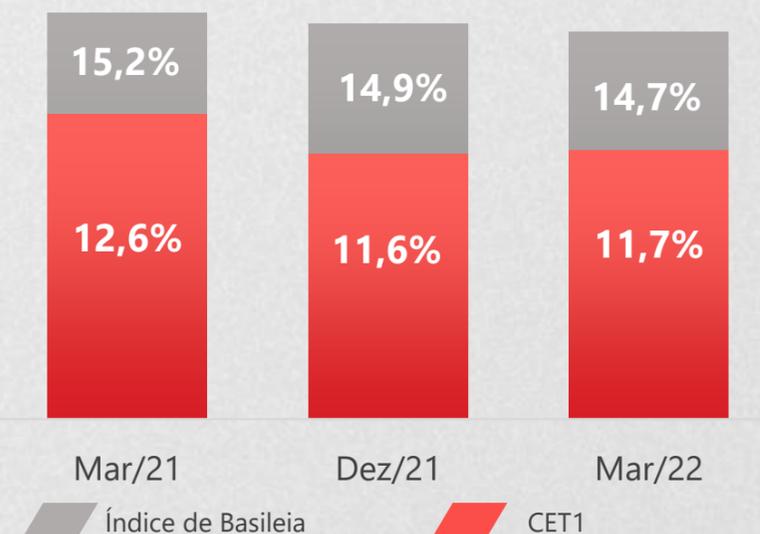
(R\$ bilhões)



(R\$ bilhões)



Capital



¹Desconsiderando a variação cambial, carteira total apresentaria aumento de 8,5% no YoY e redução de -0,6% no QoQ. Já a carteira de grandes empresas reduziria -6,9% YoY e -4,2% QoQ ² Houve migração dos saldos de carteira entre os segmentos pequenas e médias empresas e grandes empresas. Desta forma, reclassificamos as informações de 2021, para melhor comparabilidade ³ Inclui debêntures, FIDC, CRI, promissórias de colocação no exterior, notas promissórias e avais e fianças ⁴ Inclui debêntures, letras de crédito imobiliário (LCI), letras de crédito agrícola (LCA), letras imobiliárias garantidas (LIG) e certificados de operações estruturadas (COE)

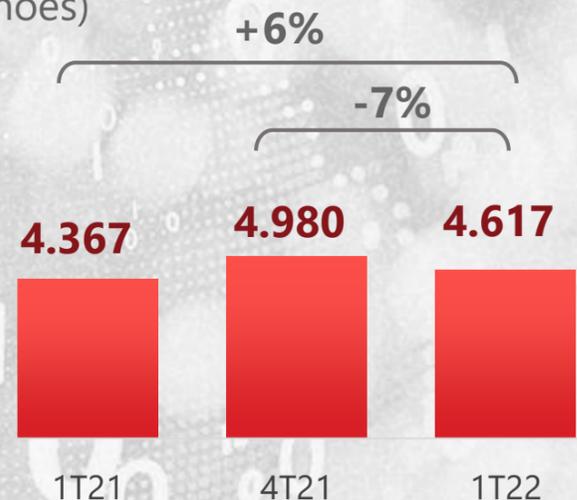
Comissões

Maior transacionalidade no ano e efeito sazonal no trimestre. Cartões foram o destaque

(R\$ milhões)	1T22	1T22 x 1T21	1T22 x 4T21
Cartões	1.329	27,7%	-13,7%
Conta corrente	958	-0,2%	5,0%
Seguros	744	0,1%	-25,7%
Adm. de fundos e consórcios	322	-2,9%	-0,8%
Operações de crédito	334	-11,7%	-8,4%
Cobranças e Arrecadações	362	-2,7%	-10,2%
Corretagem e colocação de títulos	372	1,0%	90,7%
Outras	197	13,2%	-17,8%
Total	4.617	5,7%	-7,3%

Receitas de comissões

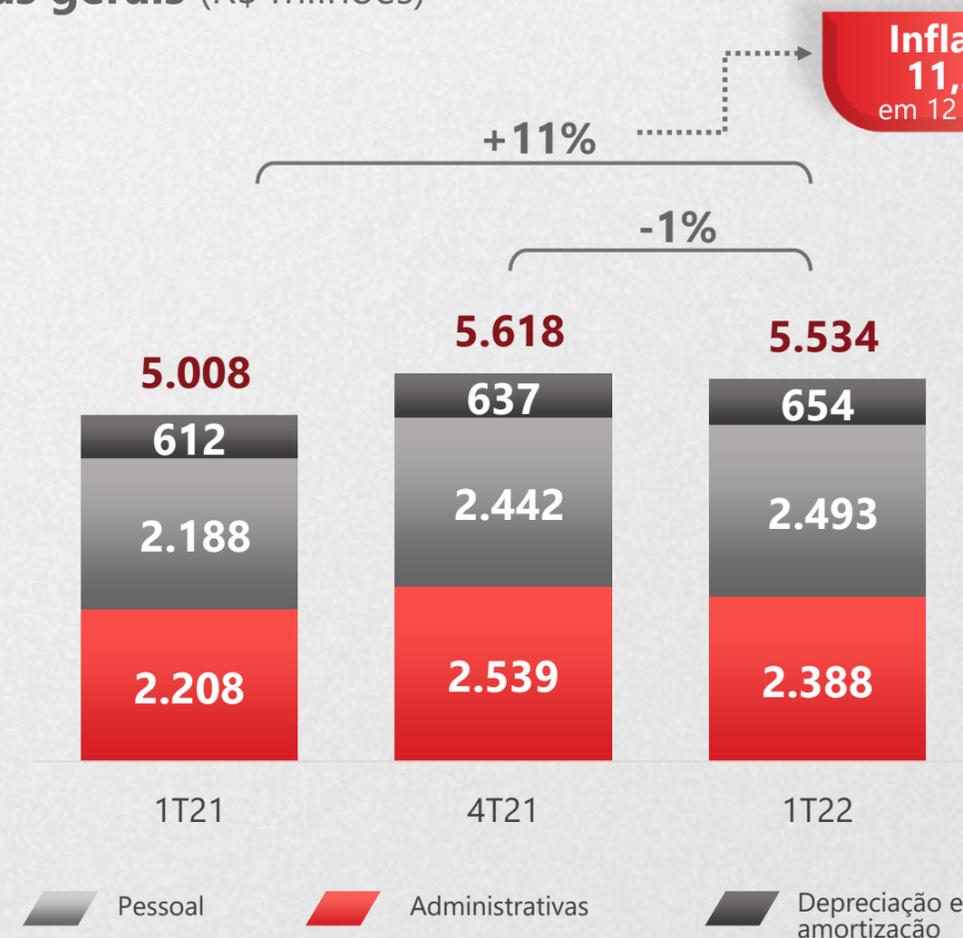
(R\$ milhões)



Custos

Impactado pela inflação e queda de 1% no trimestre

Despesas gerais (R\$ milhões)

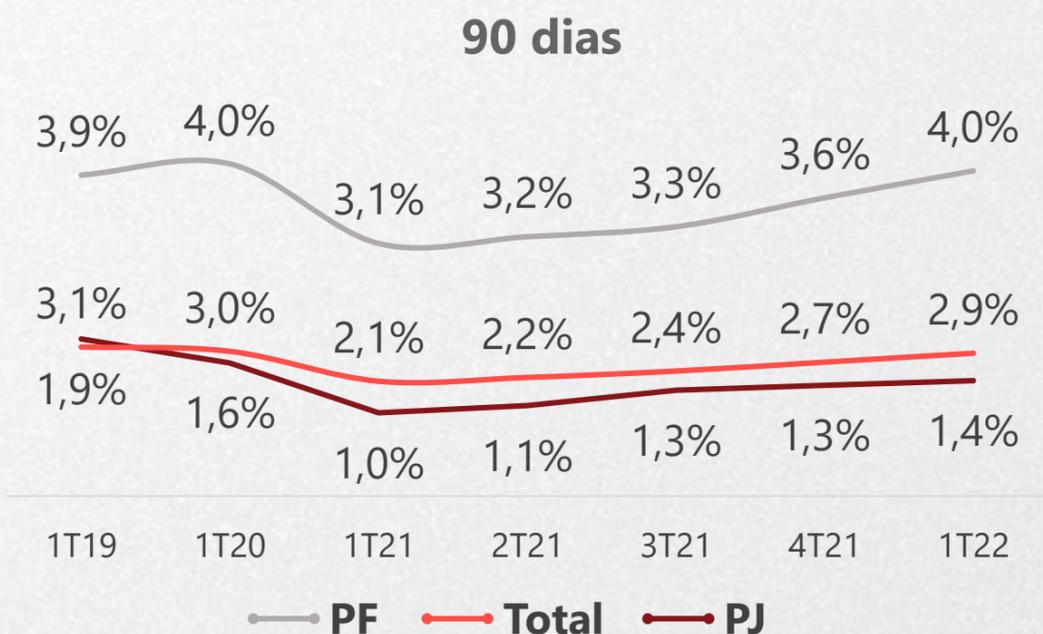
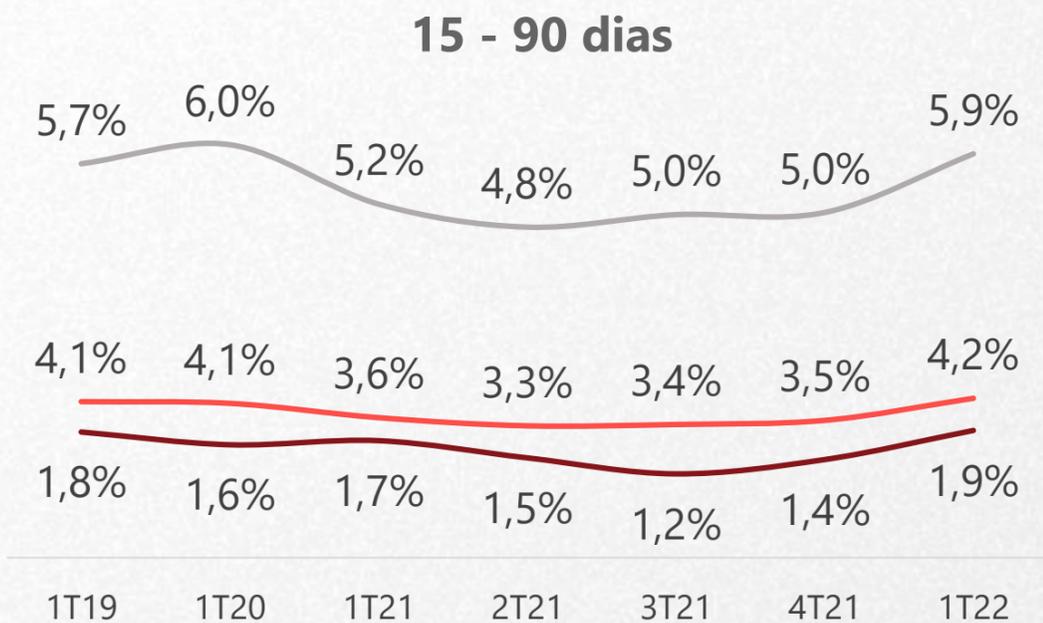


Índice de eficiência

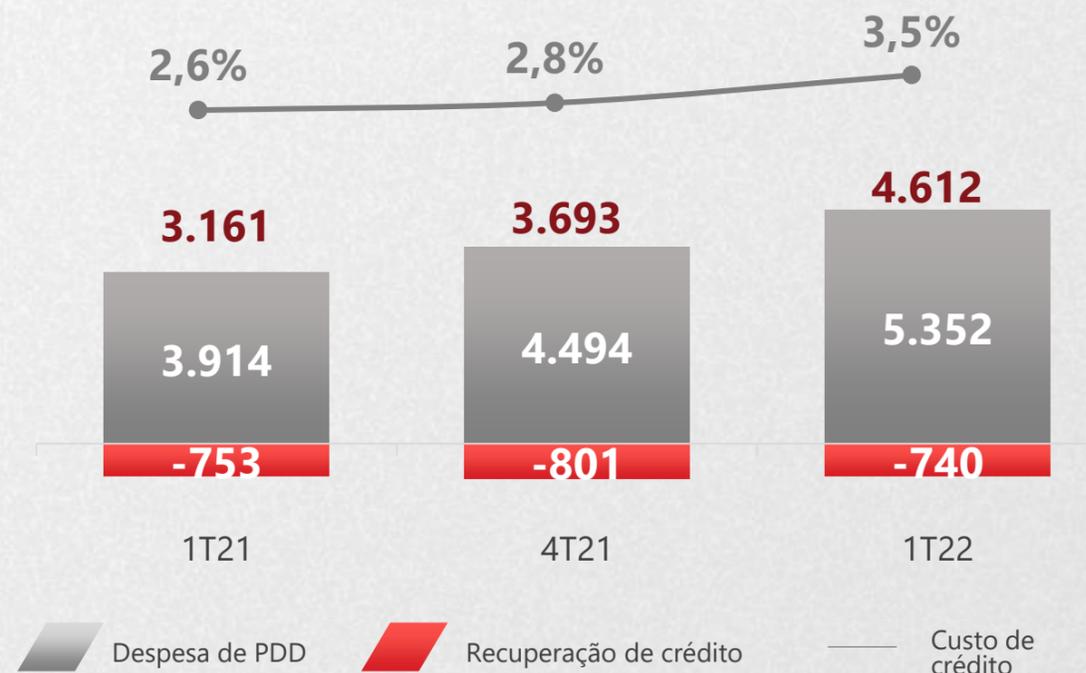


Qualidade da carteira em níveis controlados, com deterioração na inadimplência, já prevista, pelo cenário macroeconômico e mix

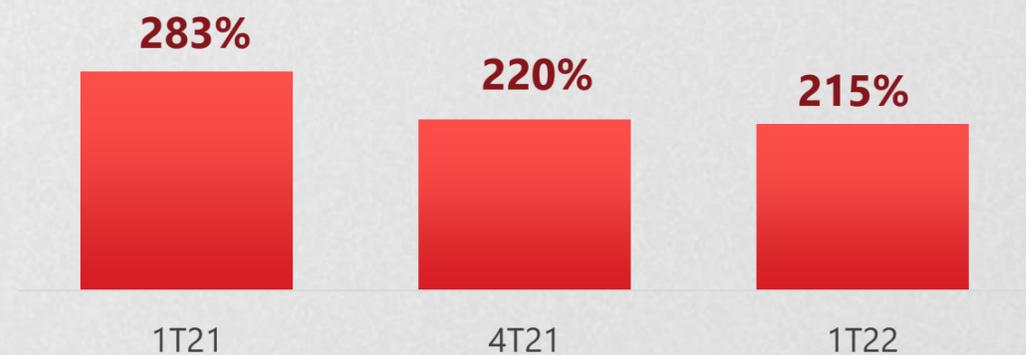
Índices de inadimplência



Despesas de provisões de crédito (R\$ milhões) e custo de crédito



Cobertura Acima de 90 dias



Agenda

1 

Atualização
Estratégica

2 

Destques
Resultados 1T22

3 

Conclusões



Conclusões

1

Ser a Melhor Empresa de Serviços Financeiros para Consumidores do Brasil

Focado em quatro pilares interligados:

Centralidade no cliente

Incorporando a mentalidade de defesa do cliente em tudo o que fizemos. (i) Focando na experiência do cliente, (ii) projetando canais de vendas fortes e mais integrados, (iii) melhorando a capacidade de autoatendimento dos nossos clientes, (iv) desenvolvendo modelos de precificação dinâmicos e personalizados, e (v) mudando nossa orientação

Cultura

Uma cultura verdadeiramente horizontal, onde o Empoderamento, Meritocracia e Diversidade representam pilares fundamentais, e **todas as áreas "pensam e agem"** como unidades de negócios

Canais de vendas integrados

Construiremos a melhor plataforma de vendas do Brasil. Oferta integrada de venda e pós-venda. Clientes atendidos 24 horas por dia, 7 dias por semana, como quiserem. **Abordagem omni-channel: digital, vendas remotas e canais físico e externo**

Inovação e Capital

Foco contínuo em inovação orgânica, como "TransfiraAgoraPagueDepois" ("DividePIX"), produto UseCasa "home-equity" e SX Integra. Inovando em produtos mais antigos. Toda implantação de capital está centrada em fornecer **retornos e remunerações sólidos aos acionistas, um dos melhores ROE do mundo**

2

Rentabilidade consistentemente alta, gerando retornos de referência para os acionistas, atingindo 20,7% de ROAE

3

O aumento consistente de clientes e o forte ritmo de vinculação impulsionam o crescimento das receitas, suportada pela atividade comercial

4

Qualidade do crédito em níveis controlados, com deterioração na inadimplência, já prevista, pelo cenário macroeconômico e mix. Capacidade de antecipação

5

Crescimento responsável, com intensa agenda de desenvolvimento do nosso país

