

**Marina Magalhães:**

Bom dia a todos. Sejam muito bem-vindos e obrigada pela participação na conferência de resultados do Banco Mercantil. Meu nome é Marina, eu sou responsável pela área de Relações com Investidores.

Estão conosco hoje para apresentar os resultados do 3T24: Gustavo Araújo, CEO da Companhia e Paulino Rodrigues, CFO.

Essa teleconferência está sendo gravada e vai ser disponibilizada no nosso site de RI após a finalização, assim como a sua transcrição. O material apresentado aqui já está disponível no site para download.

No final da sessão, nós teremos perguntas e respostas, então, nós orientamos que as perguntas sejam enviadas pela guia de Q&A, na barra inferior da tela de vocês ou também pelo QR Code, que vai aparecer na tela ao longo da apresentação. Nesse caso, as perguntas são enviadas pelo WhatsApp da área de Relações com Investidores.

Então, para nós começarmos a nossa apresentação de resultados, eu convido o Gustavo.

**Gustavo Araújo:**

Bom dia, Marina. Bom dia a todos. Obrigado pelo tempo e pela atenção. Nós vamos apresentar hoje, este que é o melhor resultado operacional da história do Banco Mercantil. O oitavo resultado trimestral recorde consecutivo, superando pela primeira vez o patamar de R\$200 milhões de lucro líquido em um único trimestre, 97% superior ao mesmo período do ano anterior, atingindo um ROAE de 41,1% nos últimos 12 meses.

Vamos detalhar na sequência a qualidade desses números que suporta esse resultado, e todas as vantagens que levamos para esse nosso cliente, que é o cliente com mais de 50 anos, o cliente 50+, que é o público, segundo o último censo, é o maior e o que mais cresce no Brasil, em uma das operações bancárias mais redondas do país.

Começando com os destaques, e não podia ser diferente, o nosso lucro líquido, como nós já falamos, acima dos 200 milhões, 201 milhões, e 41% de ROAE. Impulsionado pela originação de consignado, a nossa principal carteira, que cresceu 93% em relação aos nove meses do ano passado.

O crescimento de saldo de consignado cresceu 39% no período ou três vezes o crescimento do mercado, atingindo mais de R\$10 bilhões em carteira. Se nós olhamos pela ótica do *share*, o Mercantil atingiu 9,44% da originação de mercado do consignado INSS do país, sendo feita 100% através dos nossos canais próprios. São canais mais eficientes, mais baratos, em que nós ficamos com a principalidade do cliente.

Um Banco que tem uma concentração geográfica inerente, histórica de 80 anos no Sudeste e recentemente com uma expansão para o Centro Oeste, e uma pequena expansão para o início do Nordeste. Agora nós estamos replicando essa estratégia vencedora e expandindo o Banco para mais de 12 estados, em diversas unidades que nós vamos cobrir aqui ao longo da apresentação.

Várias delas, inclusive, atingindo e muito próximas ao *breakeven*, comprovando toda a nossa tese de que essa estratégia é replicável e pode ser então expandida por todo o território nacional, onde se faz necessário, por uma relação demográfica, geográfica, para nós podermos impulsionar com pontos físicos toda a nossa estratégia digital de aquisição e *cross sell* de clientes.

Digitalização essa que é tão importante na estratégia, não só na perspectiva de crescimento e aquisição de clientes com muita eficiência, mas também na própria perspectiva do cliente, que vê mais segurança e também mais comodidade para fazer as suas operações bancárias no Mercantil.

E, por fim, um grande destaque. Nós já tínhamos tido um *upgrade* duplo pela Agência Standard and Poor's no início agora do 1S, e agora nós temos um novo *upgrade* duplo, agora pela agência Fitch, atingindo um A+ na agência Fitch, com perspectiva positiva. Sendo que S&P, nós temos um AA-. E tudo isso chancela toda a operação, e o resultado operacional e estratégico do Banco Mercantil.

Então o resultado, gente, não é nenhuma surpresa. Ele segue já uma tendência de um trabalho construído e de diversos trimestres de resultados recordes. Já há mais de um ano o Banco retorna acima dos seus 28%.

E já há quatro trimestres o Banco têm retornado um retorno trimestral anualizado acima de 40%, tendo atingido agora no 3T24 43% trimestral anualizado, que chega neste número dos últimos 12 meses ou no jargão da indústria, o *last twelve months*, o LTM, de 41,1%.

E esse resultado advém de um crescimento expressivo da sua carteira de crédito de qualidade. O NII do Banco crescendo, e também da receita de serviços crescendo de forma desproporcional às despesas. O que nós estamos falando aqui? Que impulsionado por todo o ganho de escala físico e digital, o Banco tem conseguido uma melhor alavancagem operacional.

Então, em menos de um ano, o ROAA do Banco, *return on assets*, saltou de 2,1% para 3,4%, um dos maiores da indústria. E alavancando esse número de 11, 12 vezes, chega então no ROAE em tela de 41,1, também um dos melhores resultados da indústria.

Bom, vamos falar um pouco de uma das grandes estratégias de aquisição de clientes do Banco Mercantil, que hoje responde por 1/4 das aquisições em topo de funil, que é o leilão de folha do INSS, ou seja, os novos aposentados no INSS do período aquisitivo de 2025 a 2029.

E aqui cabe destacar que o edital do leilão do INSS, agora feito no dia 22 de outubro deste ano, trouxe mudanças significativas em relação às regras anteriores, com impactos importantes aqui na estratégia do Banco.

A primeira mudança significativa é a exclusão de bancos puramente digitais e também de instituições de pagamento, financeiras e etc. Ou seja, o Banco teve, nesse aspecto, uma concorrência menor no que diz respeito a bancos digitais e instituições de pagamento.

E outro ponto muito relevante, entendendo das necessidades sociais desse público do país que nos encontramos, o edital traz também a prioridade para aqueles bancos que são capazes de atender, segundo o critério do próprio Banco Central, em PAs ou agências com acessibilidade, numerário, dispensador de numerário, os ATMs, banheiro. Enfim, toda uma estrutura para receber esse cliente.

Os bancos que possuem essa estrutura, que é o caso do Mercantil, possuem no edital prioridade em relação àqueles bancos que fazem o pagamento de benefícios através de correspondentes bancários exclusivos.

Isso significa que, dado o resultado do leilão, o Banco pode ter uma posição de liderança, observando o *landscape* da concorrência hoje. E nós fazemos uma análise minuciosa, geográfica, de *share* e concorrencial.

Uma posição de liderança de até 22 em 26 lotes desse país, que pode adicionar bastante no nosso topo de funil, nessa estratégia de aquisição de novos aposentados. E tudo isso, em um custo de aquisição, o CAC médio desse leilão, 30% inferior à média que o Banco Mercantil pagava no leilão anterior.

Então, uma estratégia, a nosso ver, com muitas oportunidades aqui para serem coletadas no período aquisitivo de 2025 a 2029, somadas a todas as estratégias de convencimento de clientes já aposentados a virem para o ecossistema do Banco Mercantil, que nós entendemos que em canais, em produtos, em comodidade, é o melhor ecossistema para o nosso público alvo.

Além disso, nós continuamos expandindo a nossa estratégia prospectiva, ou seja, aquilo que funcionou no Sudeste e Centro-Oeste, nós levamos e expandimos para outros 12 estados da nossa federação. Uma estratégia de replicar aquilo que já está dando certo.

Então essa concentração da nossa estratégia, aqui no Sudeste principalmente, nós estamos levando ela para o país. E veja, com apenas 300 agências, o Banco Mercantil já é o quinto maior pagador de benefícios do país.

Então há de se esperar que, estrategicamente colocando lojas e agências em locais geograficamente vantajosos para o Banco, nós conseguimos impulsionar toda a estratégia de aquisição do Banco através de leilões, através do digital, inclusive agora, com esses novos resultados do certame, agora de outubro.

E é fundamental entender o papel dos canais digitais para toda essa estratégia. Então, Mercantil, com menos lojas e agências que a concorrência, consegue ser o quinto maior pagador, consegue chegar a 9,44% de *share* de originação de consignado. E tudo isso pode ser explicado pelos nossos investimentos em toda a experiência digital para o público 50+.

A originação de crédito, que é o principal motor de resultado do Banco, o NII do Banco, saltou de 38% para 68% em menos de um ano através dos nossos canais digitais. 50% desse valor através do aplicativo e outra metade através do nosso WhatsApp, que é um canal que nós desenhamos para esse público, *streamline*, para que ele possa tirar dúvidas, conversar, contratar no canal de maior aderência para esse público 50+.

E além de tudo isso, os outros 1/3 da nossa estratégia de distribuição em canais próprios advêm, claro, da nossa rede física de agências, e impulsionada também pelo influxo aqui de leilão. Então, toda essa estratégia faz com que o Banco consiga crescer cada vez mais, mais que a média de mercado, com mais eficiência.

E das novas safras, 65% dos clientes já aderem ao aplicativo, ou seja, as novas safras de beneficiários, as novas safras de aposentados, clientes com 50 e poucos, têm cada vez mais gostado e utilizado de forma recorrente os canais digitais do Banco.

E aqui, notadamente o aplicativo que faz com que o Banco seja cada vez mais digital e possa expandir com uma maior eficiência possível, trazendo de volta toda essa experiência para o cliente e a nossa alavancagem operacional, para seguir expandindo o Banco e também as suas margens.

E tudo isso é atestado. Já tinha sido atestado pela empresa Standard and Poor's com duplo *upgrade*, chegando a AA- no período anterior, e agora também chancelado pela empresa Fitch Ratings, chegando a um A+ com perspectiva positiva, ainda que nós estejamos vivendo um cenário de alto endividamento de famílias, alta inadimplência e um prognóstico de elevação de taxas básicas de juros, e um prognóstico de nós continuarmos vivendo os menores *spreads* de consignado da nossa série histórica.

Mesmo dado este cenário, nós conseguimos essa chancela de duas das principais agências de *rating* do mundo. E, segundo os próprios relatórios, devido a estratégia sólida e bem posicionada, a uma capitalização folgada do Banco com capital nível um acima de 3,5.

Índice de Basileia amplo, também folgado, em 16,8. Liquidez, *liquidity coverage ratio*, acima de 2,6x, bem acima de 1x exigido pelo regulador, o Banco Central. Com um custo de *funding* abaixo do CDI. Um caixa acima de 5,9 bilhões. E resultados e retornos, como nós estamos vendo aqui, muito acima da média de mercado.

Bom, e para finalizarmos, nós trazemos os grandes números do Banco. O Banco que conta com 8,7 milhões de clientes. E são clientes engajados, mais da metade deles com alguma operação de crédito, alto *net promoter score*, ou seja, alta propensão de indicar no nosso programa de *member get member* novos clientes e com alto fator de principalidade.

Clientes esses, que grande parte, impulsionam a carteira de crédito do Banco, o nosso principal motor de resultado, o NII do Banco, que cresceu 24% no período, bem acima da média de mercado. Tendo aquela importância dos produtos de consignado, que já perfazem mais de 10 bilhões nessa soma.

E não só um crescimento muito acelerado, mas um crescimento com muita qualidade. Então o Banco cresce sim, cresce exponencialmente, cresce cada vez com mais eficiência, mas também com muita segurança e qualidade.

A inadimplência do Banco, mais marcadamente o *Over 90*, chegou a 1,9%, abaixo dos 2%, muito abaixo dos 4,5 da média de mercado. E se nós observarmos pessoas físicas, recursos livres na série histórica do Banco Central, muito abaixo, inclusive que o 5,6% dessa figura da série histórica.

Mesmo quando nós damos um *zoom* em consignado, e a nossa carteira tem 81% de colateralização, o mercado tem uma perda *Over 90* de 2%, enquanto o Mercantil 1,4%. Então, até no consignado nós temos uma perda 60 *basis points* abaixo da média de mercado, e mesmo assim nós conseguimos crescer muito.

Então nós somos mais seletivos no crédito, falando em relação ao consignado, e cresce muito acima do mercado. O saldo de consignado, por exemplo, crescendo três vezes mais que a média de mercado.

E mesmo naquele cenário já comentado de alta de Selic, de Selic futura em valores elevados e do menor *spread* histórico de consignado, e um mix cada vez mais concentrado em produtos consignados, o Banco consegue manter, através das suas estratégias de *hedge*, seu mix de carteira e a baixa perda de crédito, uma margem financeira acima de 20%. 20,6% em todo o período, com um decréscimo marginal de 0,7p.p.

E não só no crédito, mas toda a nossa estratégia de ecossistema faz com que o Banco tenha expressivos 176 milhões em receita de prestação de serviços, que pelo lado do Banco vai direto para o *bottom line*, não aloca capital, e pelo lado do cliente é uma forma de aumentar engajamento, principalidade e percepção de valor, uma vez que ele consegue comprar no ecossistema do Mercantil diversos produtos que ele compraria de preços muito mais caros na concorrência.

Então os nossos parceiros oferecem, através do nosso balcão, diversas parcerias e *joint ventures* que o Banco tem: seguro de vida, residência, desconto médico, odontológico, desconto em farmácias, desconto em academias, estratégia de bem-estar, chaveiro, bombeiro, encanador.

Inclusive, inclusão digital, recarga de celular, várias outras soluções já disponíveis na Mercantil Shop.

E diversas outras soluções, sendo cada vez mais colocadas nessa estratégia, que traz então um crédito de qualidade atrelado a esse *cross sell*, a essa restrição que nós trazemos para o cliente quando ele escolhe um Banco. Essa fricção de saída, que nós chamamos, para redução de *churn*, que são todas essas comodidades em um preço muito acessível e com muito desconto, que é a nossa estratégia de ecossistema para o público 50+.

Tudo isso somado traz um lucro líquido que cresceu 97%, repetindo, R\$201 milhões no trimestre. E um ROAE *last twelve months* de 41,1, um crescimento de mais de 18p.p., um dos maiores na indústria. E como já atestado pelas agências de *rating*, um índice Basileia bastante folgado de 16,8%, um crescimento marginal em relação ao mesmo período do ano anterior.

Bom, para detalhar cada um desses números, eu chamo aqui o nosso CFO, Paulino Rodrigues, para nos ajudarmos no seguimento da nossa apresentação de resultados. Bom dia, Paulino.

### **Paulino Rodrigues:**

Muito obrigado, Gustavo. Muito obrigado a todos que nos acompanham em mais essa divulgação de resultados do Banco Mercantil referente ao 3T24. E vamos então, como de hábito, dar um pouco mais de detalhe ao desempenho econômico financeiro da instituição nesse trimestre.

Começando pela carteira de crédito, o principal motor de resultados da instituição, que neste trimestre atingiu a marca de R\$16,5 bilhões, um crescimento de 24%. Crescimento esse equivalente a mais de 2,3x o crescimento de mercado.

Onde o principal destaque foi a carteira de crédito consignado INSS da instituição, que cresceu praticamente R\$1 bilhão na comparação trimestral. Um crescimento de 39%, o que equivale a aproximadamente três vezes o crescimento do mercado nesse mesmo período. E continua sendo a principal carteira de crédito da instituição, representando 62% do portfólio de crédito, um crescimento em relação aos 55% observados no mesmo trimestre do ano passado.

Com relação às demais carteiras, nós tivemos uma relativa estabilidade com a carteira de antecipação do saque aniversário do FGTS, crescendo R\$200 milhões, atingindo a marca de 3,1 bilhões. E o crédito pessoal também com um crescimento dessa mesma magnitude, atingindo R\$2,1 bilhões. Um crescimento de 12% na comparação anual no caso do crédito pessoal, e de 8% na comparação anual no caso da antecipação de saque aniversário FGTS.

Portanto, de maneira geral, o que temos visto é, trimestre após trimestre, o Banco Mercantil apresentar um crescimento consistente, fazendo com que a sua participação de mercado, nas linhas em que atua de crédito massificado PF, venham crescendo ao longo do tempo.

Com o Banco ocupando hoje um *market share*, no que diz respeito ao crédito consignado INSS, de 3,8% do mercado como um todo, já falaremos um pouco mais da originação na próxima tela, ante uma participação que era de 3,1% no 3T23.

Falando então um pouco mais sobre a originação de crédito, temos destaques importantes a serem feitos nesse trimestre. O primeiro deles é de que tivemos no trimestre uma originação de quase R\$3,5 bilhões, o que é a melhor marca trimestral em períodos recentes.

O principal destaque aqui, a exemplo do saldo, como vimos, é a carteira de crédito consignado INSS, onde tivemos aqui também a melhor marca em termos de originação nos últimos trimestres,

superando a marca dos R\$2,5 bilhões. O que significa uma participação de mercado, no que diz respeito à originação de crédito consignado INSS, superior a 9%.

Lembrando tratar-se aqui de um mercado altamente concentrado, onde os cinco grandes bancos ocupam cerca de 75% desse saldo. De tal sorte que obter uma participação de mercado próxima aos 10% e crescente, como nós temos observado ao longo dos últimos trimestres, é sinal de que a estratégia descrita aqui pelo Gustavo, de produtos, canais, a estratégia de abordagem de mercado no Banco, tem se mostrado bem sucedida, proporcionando um crescimento de carteira constante.

Claro que há as sazonalidades de mercado, aspectos que nós temos que saber administrar. Lembrando que a nossa carteira é uma carteira originada 100% em nossa própria rede, sejam os pontos físicos, sejam os canais digitais, aqui já apresentados anteriormente pelo Gustavo, fazendo com que as nossas margens não tenham que compor para administrar comissionamentos pagos a terceiros.

Que em um momento em que o crédito consignado INSS, a nossa principal carteira, enfrenta as menores margens de sua história, nos posicionam, competitivamente falando, em uma posição mais favorável.

As demais linhas do portfólio. Nós já vínhamos observando uma perda de tração na linha de antecipação de saque aniversário FGTS, que atingiu neste trimestre uma marca inferior a 200 milhões pela primeira vez desde o seu lançamento.

O que mostra que o produto já adquiriu uma determinada maturidade, atingiu um platô. E nós não enxergamos nessa linha, pensando no futuro, uma linha que vá sustentar o crescimento do Banco, como já fez no passado. De outro lado, temos outras linhas sendo antecipadas, discutidas na imprensa, como o crédito consignado privado, por exemplo, que deverão apresentar novas fontes de crescimento.

E o crédito pessoal não consignado, uma linha bastante importante no sentido de complementar a oferta para o nosso cliente, bem como propiciar uma margem financeira líquida, uma NIM bastante interessante, também teve a melhor originação nos últimos trimestres, atingindo R\$638 milhões, que também aqui é a melhor marca trimestral nos últimos períodos.

Isso tudo somado, a originação de crédito do Banco cresceu 32% na comparação anual, permitindo o atingimento daquele saldo referido no slide anterior. E tudo isso ocorre de maneira saudável. Então, a gestão de risco do Banco, a gestão de risco de crédito em particular, tem sido bastante efetiva ao longo dos últimos trimestres ou mesmo anos.

Mas aqui, na comparação trimestral, o *Over 90*, que é o principal indicador de inadimplência acompanhado pela indústria, no gráfico do seu lado esquerdo, obteve mais uma redução de 10 pontos base, atingindo uma marca muito inferior à indústria, de 1,9% neste 3T24.

Enquanto a indústria, pessoa física, recursos livres, que é o principal *benchmark* de comparação para o Banco, teve 5,6%, voltando a crescer pelo 2T depois de alguns trimestres de melhora que nós havíamos observado.

Então temos ainda um mercado, em particular as famílias ainda pressionadas por um alto endividamento. Endividamento esse que na última observação da CNC atingiu 77,2% das famílias brasileiras, sendo que a média histórica desse indicador é de 65,2%. Portanto, o endividamento permanece elevado e também a inadimplência das famílias, atingindo 29% no mês de setembro, contra uma média histórica de 24,3%.

Então, isso tudo denota um mercado de crédito ainda oferecendo um risco de inadimplência significativo, o que significa destacar ainda mais a performance do Mercantil nesse período, com as métricas de *Over 90* observadas aqui no seu lado esquerdo.

E se nós olharmos um outro indicador antecedente ao *Over 90*, que é o *Over 15-90*, nós tivemos uma piora de 10 bips, mas partindo de um patamar historicamente baixo de 1,3% observado no último trimestre, passando então para 1,4% neste 3T24.

Ainda assim, uma métrica bastante superior ao do Sistema Financeiro Nacional como um todo, que subiu 20 bips no trimestre, voltando ao patamar do 1T deste ano de 2,2%, o que, como eu já comentei, é um patamar ainda preocupante no que diz respeito às carteiras de crédito.

Isso tudo se reflete nas despesas de provisão, no gráfico do seu lado esquerdo, assim como na proporção que essas despesas representam da carteira de crédito do Banco como um todo. Esta última se mantendo basicamente estável nos 2,6%, uma variação de 10 bips na comparação trimestral, com a despesa de provisão atingindo 437 milhões no 3T24.

A carteira AA - C, que é a carteira que acrua juros, como dizemos no jargão da indústria, manteve-se estável, como se observa no gráfico do lado direito, em 96,1%, após sucessivos trimestres de crescimento.

Falando agora um pouco das receitas de prestação de serviço, um componente também importante, tanto no sentido de fidelização e de ter uma oferta completa para os nossos clientes, quanto para a diversificação das receitas da instituição.

Nós vínhamos já há alguns trimestres complementando e sofisticando esse portfólio, buscando tê-lo cada vez mais sincronizado às necessidades do nosso cliente. E de tal maneira que vínhamos obtendo crescimentos sucessivos também nessas receitas, um crescimento na margem neste último trimestre, atingindo R\$176 milhões, mas com uma qualidade muito boa.

Quando nós observamos que 62,3% dessa receita vem de produtos que são seguros e assistências, produtos aos quais os clientes atribuem muito mais valor do que as tarifas bancárias, essas que vêm em uma tendência já histórica, em uma redução não só no Mercantil, mas no mercado como um todo.

Mas o Mercantil vem demonstrando a capacidade de não só recompor as receitas que deixam de vir das tarifas com outras fontes, e o grande destaque aqui neste trimestre, os seguros e assistências por conta de toda a oferta disponível no Mercantil Shop, que é a nossa oferta de *marketplace*, que já foi comentada inclusive aqui pelo Gustavo.

Olhando agora um pouco o outro lado do balanço, as fontes de financiamento, o nosso passivo. O Mercantil possui, diferentemente da grande maioria dos bancos médios, um *funding* originado maciçamente em seus canais próprios, o que lhe permite ter um custo de captação menor do que o padrão dos bancos médios, além de ter uma captação bastante pulverizada, posto que em sua maioria ela é distribuída em seus próprios canais de captação.

Nesse 3T24 os depósitos a prazo atingiram 77% da composição, como pode ser observado no gráfico na tela. As operações estruturadas, que ganharam participação ao longo, principalmente, dos últimos 12 a 15 meses por conta de algumas operações, duas em particular maiores que fizemos, e que fizeram com que esse tipo de *funding*, que é um *funding* mais caro, passasse a ocupar um espaço maior no nosso portfólio.

Fazendo inclusive que nós tenhamos observado um aumento do custo de captação em percentual do CDI nesse período por conta desse efeito mix. Custo esse que atingiu 98,7% do CDI, bem claro, no acumulado dos últimos 12 meses, em parte por conta desse efeito mix que nós acabamos de comentar.

E outras fontes de captação, onde temos um destaque especial das letras financeiras, principalmente em linhas bilaterais, que já comentaremos mais na próxima tela, onde tivemos um volume mais expressivo de captação neste 3T24.

Naturalmente que isso possui uma relação direta com as contínuas melhorias na classificação de crédito do Banco, conforme comentado anteriormente pelo Gustavo, permitindo que o Banco observe cada vez mais um apetite de mercado por esse tipo de papéis.

Isso fez com que tivéssemos um crescimento na comparação trimestral nas outras fontes de financiamento, que inclui letras financeiras, LCAs, LCIs, entre outras, assim como operações de DIs bilaterais, passando a representar 14% do portfólio total de *funding* do Banco.

Dando um pouco mais de detalhe a isso, no gráfico circular do lado esquerdo, como eu dizia, 84% da captação do Banco Mercantil, e aqui uma pequena observação, um parênteses breve, nós fizemos uma pequena mudança nessa tela em relação a trimestres anteriores para melhor explicar as fontes de *funding* do Banco.

De tal maneira que pode-se observar no gráfico circular, do lado esquerdo, que as fontes próprias do Banco, sejam elas no varejo ou através da sua própria tesouraria, respondem por 84% da captação do Banco.

Sendo o varejo responsável por 68% da captação, que são aqueles dois segmentos descritos como clientes INSS, esse que é o principal grupo de clientes do Banco, que são os pensionistas e aposentados, os beneficiários do INSS. E 43% do *funding* vindo de outros clientes através dos nossos próprios canais. Outros clientes pessoas físicas e jurídicas, provendo esses 43% na parte inferior.

E a tesouraria, principalmente em operações bilaterais, sejam elas letras, DPGEs ou DIs bilaterais, respondendo pelos 16% faltantes, para que nós cheguemos nos 84% apresentados no gráfico do lado esquerdo. Ficando os 16% restantes divididos entre plataformas parceiras com 8% e operações estruturadas, aquelas já referidas na tela anterior, com os 8% restantes aqui para que nós fechemos, encerremos aqui a totalidade das captações do Banco.

No que diz respeito à liquidez, historicamente o Banco com uma postura de liquidez bastante conservadora. Inclusive, tivemos um aumento por conta de tudo isso que eu acabo de comentar na posição de liquidez do Banco ao final do 3T deste ano, atingindo no *liquidity coverage ratio*, que é o indicador de liquidez de curto prazo, acompanhado inclusive pelo Banco Central, uma marca bastante, talvez a mais alta histórica do Banco, de 2,6x o mínimo requerido pela autoridade regulatória.

O que significa, na prática, que o Banco encerrou o trimestre com um caixa de R\$5,95 bilhões, ou seja, praticamente R\$6 bilhões, em um balanço que tem um ativo de cerca de 22 bilhões. Portanto, uma posição de caixa mais uma vez bastante robusta.

Falando agora então um pouco de capital, o Banco encerra esse 3T24 com um índice de Basileia bastante confortável de 16,8%, uma redução em relação, ainda mais elevado, observado no 2T de 17,5%. Mas isso decorreu, como é explicado no gráfico ali na parte superior direita, principalmente por conta do aumento da carteira de crédito que eu acabei de descrever aos senhores.



Então nós tivemos uma originação de crédito trimestral que foi a melhor dos últimos trimestres, puxada pelo crédito consignado. E naturalmente que esse aumento na originação provoca uma ampliação no RWA, no ativo ponderado pelo risco, fazendo com que o índice de Basileia acabe sendo ajustado. Mas ainda assim, 16,8, um patamar altamente folgado para os padrões da indústria bancária de maneira geral, em particular a brasileira.

Os *ratings*, o Gustavo comentou anteriormente, tivemos dois *upgrades* recentes, em junho e em agosto. A S&P, portanto, hoje temos um AA- com perspectiva estável. E na Fitch um A+ com perspectiva positiva, conforme comentado anteriormente. Essa tela nós gostamos muito, porque ela mostra a dinâmica que explica as melhorias de margens e os retornos do Banco observados nos últimos trimestres e anos.

Uma dinâmica guiada por um ganho de escala, um crescimento decorrente do crescimento não só da rede do Banco, que inclusive voltou a crescer, mas principalmente da estratégia digital, que permitiu que o Banco auferisse receitas cada vez maiores, que é a linha branca na parte superior deste gráfico, crescendo desproporcionalmente em relação às despesas administrativas, operacionais e de pessoal, que é a linha azul claro do meio.

Apesar de nós termos observado um aumento de taxa de juros do período em tela, além do efeito volume dado pelo crescimento do Banco como um todo, fazendo com que as despesas de captação observassem um crescimento relevante. Aqui são todas observações trimestrais. Não é um gráfico cumulativo, de tal sorte que a despesa de captação foi de R\$105 milhões para R\$501 milhões na observação trimestral no 3T21 e no 3T deste ano, respectivamente.

Mas essa dinâmica combinada a uma gestão de risco de crédito aqui já referida, mas que tem se mostrado bastante eficiente, permitindo com que o Banco aufera retornos cada vez maiores, como observaremos na sequência.

Antes disso, falando um pouco aqui da nossa margem financeira líquida, da margem do resultado da intermediação financeira, a NIM, e mais uma vez, compondo aqui com as receitas de serviços, o Banco mais um trimestre, e apesar de toda a volatilidade de juros, o *spread* historicamente baixo no consignado, enfim, diversos aspectos conjunturais ainda complexos, ele mantém a sua margem financeira líquida em um confortável patamar superior a 20%.

Embora tenhamos tido uma redução em relação a trimestres recentes, mas ainda assim uma NIM bastante confortável de 20,6%. O que nos leva a um NII de R\$1,047 bilhão que somados aos 176 milhões de serviços já mencionados anteriormente, nos levam em conjunto a uma margem financeira líquida mais a receita de serviços de R\$1,223 bilhão. Um crescimento do NII de 32% na comparação anual e da receita de serviços de 15%.

Então, esse ganho de escala aqui observado, a manutenção da NIM, a gestão do risco de crédito e outros aspectos que referimos aqui permitem ao Mercantil entregar nesse 3T24 o melhor ROAA da sua história.

E mais um crescimento significativo na comparação que for, trimestral ou anual, 1,3p.p. na comparação anual e 0,3p.p. na comparação trimestral, levando o Banco a um ROAA de 3,4%, que multiplicado pela alavancagem do Banco que neste trimestre, de maneira similar ao trimestre anterior, ficou em 12x, nos leva a um ROAA histórico, superando pela primeira vez na comparação 12 meses os 40%, atingindo 41,1%, superando os 37,6% do trimestre anterior e um crescimento de 16 p.p. na comparação anual.

Tudo isso, como já referi, *en passant*, mantida constante a alavancagem do Banco, apesar do volume de caixa do Banco ter encerrado o trimestre em uma posição, mesmo pelos nossos padrões que já são elevados, com uma liquidez ainda mais elevada do que o normal, conforme mostramos nas telas pertinentes.

Com isso, então, encerramos o detalhamento da apresentação de resultados. E eu devolvo a coordenação para a Marina Magalhães, para que nós passemos então à sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado.

**Participante 1 (via webcast):**

Como o Banco Mercantil busca se diferenciar no mercado de consignado cada vez mais competitivo?

**Gustavo Araújo:**

Bom, nós falamos muito aqui de disciplina de execução. Então, pega um tema relevante para nós: consignado. Nós dissecamos esse tema no Banco, nos times, em diversas disciplinas com vantagens competitivas. E cada vantagem competitiva deveria ser responsável por uma fatia que nós chamamos de excesso de retorno, ou seja, aquilo que diferencia do mercado acima do custo de capital.

Então vamos pegar consignado. Nós estamos vivendo o menor *spread* histórico do produto. Obviamente, com os juros futuros em patamares elevados, com o teto de consignado em patamares reduzidos. Então, nós precisamos de vários elementos juntos para que nós tenhamos essas vantagens, inclusive nesse produto.

Começando pelo custo de distribuição do produto, que é um custo muito grande quando nós montamos o PNL do produto. O Banco Mercantil tem diversas parcerias e canais espetaculares, um dos melhores canais digitais, por exemplo, com os terceiros. Nessas margens históricas, o Banco optou então, por fazer essa distribuição em canais próprios, para reduzir este custo de distribuição.

Dos canais próprios, como nós comentamos aqui, 68% através de canais digitais, que são os canais mais eficientes, ou seja, o custo marginal de distribuição tende a zero. Os canais físicos, o custo fixo está colocado, ou seja, quanto mais nós vendemos, mais nós conseguimos diluir esses custos físicos naquilo que nós chamamos de alavancagem operacional.

Então, o custo de distribuição do Banco no consignado, que é tão relevante, nós tentamos cada vez mais minimizar, e cada vez mais expandir para nós termos essa oportunidade nesse aspecto do produto. Então isso aqui é uma vantagem bastante relevante.

Bom, além disso, eu acho que a concorrência em geral entende o público aposentado, os públicos 50+, como um potencial público alvo para vender consignado. Nós não só olhamos consignado, mas nós sabemos que esse público também é aplicador. Vários aposentados salvaram recursos durante uma vida de trabalho. Então nós fazemos também *cross sell* de produto de *funding* para aqueles que não são tomadores.

Isso faz com que o custo de *funding* do Banco, já uma instituição de 80 anos com rede, tenha um custo de *funding* abaixo dos 100% de CDI, muito parecido com os grandes bancos. Então nós financiamos o consignado em um custo competitivo. Então, mais uma peça aqui para ter a competitividade do consignado.

Bom, aí entra a equipe de riscos, de crédito, entender até no consignado que é colateralizado, como é que nós conseguimos vantagens competitivas para reduzir a perda do Banco. Então, uma vez que eu não controlo os juros futuros, que são aqui base para a maturidade da carteira, para fazer o *hedge*, e obviamente, não controlo o teto, o único fator que nós podemos controlar é a perda de crédito.

Bom, então nós temos aqui uma das equipes mais especializadas do mercado, entender como é que o consignado pode trazer perda para o Banco. São dois grandes fatores. A primeira é óbito. Então, nós temos uma equipe de atuário muito bem desenvolvida. Aqui nós falamos, a chance de óbito, *given date*, que o cliente já tenha vivido uma certa idade, com parâmetros obviamente sociais, de renda e de idade.

E o segundo fator é a cessação de benefício. Então, alguns benefícios que são mais arriscados para essas glosas do governo, etc, o Banco olha com mais cuidado. Isso faz com que nós tenhamos uma perda no consignado de 1,4% *Over 90* e o mercado de 2%. Então aqui mais 60 *basis points*.

Então, olhando nesse aspecto de risco, o que acontece? O Banco consegue ainda ter uma estratégia mais seletiva que o mercado, e fazendo 9,44% de *share* de mercado, ou seja, se nós tivéssemos margens maiores, o Banco poderia aumentar bastante esse *share* e poderia, por exemplo, disparar canais mais caros.

A grande questão que se discute aqui, é que os limites que o Banco deixa de conceder são justamente para aqueles clientes com mais risco, ou seja, maior risco atuarial de óbito e maior risco de cessação de benefício, que vai ser justamente lei do amparo social, ou seja, vários *clusters* de clientes que precisariam do recurso. Então aqui, esse chamado para que se tenha uma racionalidade em teto.

Bom, além disso, o consignado, então, com as suas vantagens competitivas, financiados a um custo competitivo, com uma perda menor que do que é esperado do mercado, e por nós termos a principalidade do cliente, ou seja, nós somos, em grande parte das vezes, o principal Banco do cliente, nós conseguimos fazer um *cross sell* muito interessante e diversos outros produtos que aumentam a margem no PNL que o Banco mede por cliente.

E nós conseguimos reduzir o *churn*, ou seja, o cliente por estar no Banco, tem uma tendência menor de fazer aquilo que nós chamamos de portabilidade do seu crédito consignado. Bom, acho que aqui eu estou dando muito a receita do bolo já.

Então, resumindo aqui: são diversos pontos, que juntos fazem com que mesmo no menor *spread* consignado, nós tenhamos alcançado nesse principal produto, que é um dos carros chefe para nós chegarmos em um ROAE de 41. Então o consignado propriamente dito, sem toda essa estratégia de canais, distribuição, de perda, de risco, de *cross sell*, não é suficiente hoje para trazer um ROAE nem perto dessa magnitude.

### **Participante 2 (via webcast):**

Podariam comentar o fato relevante, que diz respeito ao provimento da apelação da Receita Federal concedido pelo TRF6, em relação a um dos processos relativos ao Cofins?

### **Gustavo Araújo:**

Existem seis processos judiciais no grupo, sendo três no Banco. Os três com sentença favorável em primeira instância. E agora um deles teve essa sentença reformada pelo tribunal. Nesse contexto, o *leading case* se encontra hoje sobrestado pelo Supremo Tribunal Federal. Então é o

motivo pelo qual o Banco acredita que tenham diversos caminhos e medidas cabíveis em relação ao tema, inclusive, com a própria modulação de efeitos que pode vir do próprio STF.

Então esse tema, eu acho que deve ser visto com serenidade, porque ainda possuímos diversos caminhos, desdobramentos, e é um tema que já se arrasta por décadas. Então, claro que o Banco tem diversos planos de ação e de contingência e, como já mostrado aqui, uma sobra de capital bastante robusta.

**Marina Magalhães:**

Nós recebemos duas perguntas relacionadas às margens do Banco.

**Participante 3 (via webcast):**

Quais ações estão sendo tomadas para proteger as margens do Banco, considerando a forte volatilidade na taxa de juros futuro?

**Participante 4 (via webcast):**

Nós vemos uma queda na NIM, originação INSS está aumentando, onde os *spreads* estão apertados. Como deveríamos pensar na tendência daqui para frente para a margem do Banco?

**Paulino Rodrigues:**

A primeira, sobre o impacto do DI futuro. Bom, eu acredito que a nossa política de *hedge*, a política e os riscos, a gestão de riscos de mercado, elas já demonstraram que têm funcionado bem em diferentes cenários. Então nós tivemos Selic a 2, Selic a 14, 13,75 para ser preciso. Aí ela caiu para 10. Agora está subindo de novo.

E se vocês voltarem, inclusive nas próprias apresentações de resultado passadas do Banco, vão observar que a nossa NIM vem rodando nesse patamar de um pouco abaixo de 20 até uns 22. Agora caiu um pouco para 21, para 20 e alguma coisa, que nós reportamos agora.

Se nós olharmos a volatilidade dos juros vis a vis a volatilidade da nossa NIM, nós temos conseguido, quero crer, ter um elevado grau de sucesso na proteção da margem do Banco como um todo. Então, isso no que diz respeito à estratégia de *hedge*, política de risco de mercado.

Quando nós olhamos a margem dos produtos, e aqui na segunda pergunta, eu acho que veio alguma menção a respeito de mix, de nós estarmos originando mais consignado. Evidentemente que é um efeito de mix. Nós já falamos aqui, eu, o Gustavo, de que o produto, isso é um dado de mercado, está na menor margem desde que ele foi regulado, o menor *spread* do crédito consignado INSS.

Temos tido sim, uma dinâmica desfavorável para o produto. Então, a Selic estava caindo e o teto vinha caindo junto, em uma regra que eu não vou discutir aqui. E agora a Selic começou a subir, e o teto não se mexeu.

Então, isso é mais um fator para comprimir ainda mais essas margens. Então nós podemos esperar sim, reduções na margem da nossa NIM, e temos o efeito mix. Ou seja, nesse trimestre, conforme eu mesmo demonstrei, a maior parte do crescimento da originação do Banco veio justamente dessa linha.

Então, esse efeito mix combinado a essa situação de mercado, apesar de nós termos uma estratégia e políticas de *hedge* que já se provaram muito efetivas, mesmo em cenários de maior volatilidade, nós podemos, e eu acho que é razoável esperar que a nossa NIM possa vir um pouco mais baixa ali, nos 20, 19 nos próximos trimestres.

O que de outro lado, nós entendemos que vamos conseguir, dado todas as demais características do Banco, permitir que ele consiga seguir entregando resultados em termos de ROAA e ROAE em patamares bastante elevados.

**Marina Magalhães:**

Obrigada, Paulino. Esse mês nós tivemos a realização do leilão do INSS, então nós recebemos algumas perguntas relacionadas a esse assunto.

**Participante 5 (via webcast):**

Qual a leitura de vocês sobre o resultado do leilão para o pagamento de benefícios do INSS?

**Participante 6 (via webcast):**

Há planos para acelerar a expansão física para outras regiões após o resultado do leilão?

**Gustavo Araújo:**

Eu acho que a leitura é bastante favorável. O Banco estudou bastante o *display* geográfico e da rede dos principais concorrentes. Então o Banco estava entendendo como é que a concorrência poderia se comportar.

E fizemos estudos de *share*, geografias, possíveis expansões. Enfim, o Banco estuda bastante o tema, afinal, ele tem sua relevância aqui na estratégia do Banco e adiciona hoje 25% do topo de funil de clientes aqui na nossa estratégia. Números aqui de hoje.

Então, entendendo um pouco o edital, como eu já comentei, com mudanças significativas. A primeira: a exclusão de Bancos puramente digitais. A segunda: a exclusão de instituições, como instituições de pagamentos, financeiras, bancos de investimento. E a terceira grande mudança: essa prioridade do edital para Bancos como Mercantil, que tem uma rede mais confortável para o seu cliente.

Então, agências maiores, com dispensador de numerário, acessibilidade, banheiro. Enfim, toda essa experiência que é muito melhor em relação àquelas estratégias, por exemplo, de correspondente exclusivo.

Então, essa prioridade faz com que nós entendamos que o Banco tem uma posição hoje de liderança, não só em oito lotes, mas em 22 lotes do leilão, onde nós conseguimos uma posição de destaque, ou seja, a frente dos grandes bancos de rede.

Então, entendendo toda essa questão à luz do custo que o Banco conseguiu arrematar esses lotes, ou seja, nós fazemos aqui uma comparação do custo de aquisição através do leilão e do custo de aquisição através dos canais digitais, *member get member* e etc, nós conseguimos uma redução desse custo de 30%, e uma possibilidade de expansão em outros 22 lotes.

Além disso, o Banco tem estratégias de tentar trazer clientes já aposentados da concorrência, que estão bastante maduras por todas as comodidades de canais, de produtos que aqui nós já cobrimos bastante bem, e tem a proteção dos leilões anteriores.

Então, cabe aqui destacar que esse leilão é para o período aquisitivo de novos aposentados, de 2025 a dezembro de 2029. Todos aqueles 40 milhões de aposentados de 2024 para trás, o Banco ainda tem vantagens regulatórias para que continue buscando o domicílio deste cliente, ou seja, trazer a principalidade deste cliente.

Então, somando essa estratégia prospectiva com as perspectivas desse leilão, expandido nos novos locais que o Banco está mirando e, além disso, toda essa estratégia de prospecção, eu acredito que o Banco teve uma estratégia com prognóstico bastante positivo à luz do edital e das novas regras.

**Participante 7 (via webcast):**

Com a nova resolução para perdas esperadas entrando em vigor em 2025, como o Banco está se preparando para atender às novas exigências contábeis?

**Paulino Rodrigues:**

É um tema que está bastante em voga, a 4.966, por entrar, se tornar efetiva a partir do princípio do próximo ano. Eu acredito, nós conversamos muito com outros participantes de mercado, que o Mercantil está muito bem preparado.

Nós começamos esse projeto ainda em 2022. Ele segue em curso, até porque as resoluções emanadas do Banco Central tratando desse tema, elas vêm chegando ao longo desse período, paulatinamente. Inclusive hoje, nós tivemos resolução divulgada.

Eu acho que temos trabalhado muito bem. Estamos prontos para entrar em produção. Já estamos em produção, na verdade, desde julho. Então hoje nós corremos com os dois sistemas em paralelo, até para auferir a efetividade. E no princípio do próximo ano, então, quando a 4.966 passa a ser o dominante, nós já estamos com o sistema correndo para isso.

Então, no aspecto operacional, eu acredito que, e obviamente tem muito trabalho aqui por trás, estamos muito bem preparados, melhor até, eu acredito, que muitos dos players de mercado com os quais nós falamos.

Em termos de impacto, de perda esperada, que foi aqui um dos pontos da pergunta colocado, é importante lembrar, em primeiro lugar, que o Mercantil já divulga, até pelos requisitos do seu segmento de listagem, as demonstrações financeiras em IFRS já há algum tempo. Então isso já é um número público, onde pode ser auferido lá a diferença entre o BACEN GAAP e o IFRS.

Claro que o IFRS 4.966 tem diferenças em relação ao IFRS que nós divulgamos, mas não são, no que nós estimamos, e agora já estamos muito próximos de entrar em vigor, diferenças muito materiais. Tem o impacto da perda esperada, sim, tem outros impactos, mas nós não acreditamos que seja nada que vá provocar um impacto maior no resultado do Banco.

Esse número tem lá uma publicidade. Nós estimamos algo, talvez 2% do PL como sendo um teto para esse impacto, o que nós entendemos como algo bastante normal, inclusive bem inferior ao que nós temos falado com outros *players*.

**Participante 8 (via webcast):**

Qual a visão de vocês sobre um novo consignado privado planejado pelo governo? E o Mercantil pretende atuar nesse mercado?

**Gustavo Araújo:**

Aqui bem brevemente em relação ao tema. A linha de FGTS chegou em uma maturidade de mercado. O Mercantil foi líder dessa linha durante algum tempo. É uma linha que nós conseguimos distribuir, principalmente nos canais digitais. No WhatsApp foi o grande carro chefe também dos últimos períodos. E é uma linha que vem sendo discutida sobre manutenção e ou substituição por uma nova linha de consignado privado.

Se nós pegarmos o número de mercado, e aqui eu vou trazer algumas comparações. Aposentados do INSS: 40 milhões de aposentados para uma carteira de quase 300 bilhões. Servidores públicos federais: pouco mais de 2 milhões de aposentados, uma carteira de 350 bilhões.

E o consignado privado, no arranjo que é feito hoje, estamos falando de 49 milhões de celetistas para uma carteira hoje de 40 bilhões, ou seja, é muito pequena essa carteira vis a vis o potencial desse público. Então é um produto que pode ser sim modificado, e aí tem um potencial enorme de expansão dessa carteira.

Então, o que está sendo discutido nas mais diferentes alçadas e associações de classe, e com os próprios entes do governo, é a tentativa de melhorar o meio de pagamento desse empréstimo através da consignação direta em folha, e não mais pelo sistema GRP. E talvez a utilização do próprio FGTS para que seja uma garantia extra do produto.

Então é um produto que está sendo bastante discutido. O Mercantil tem seus canais muito bem azeitados, ou seja, nós temos toda a nossa estratégia de aquisição de clientes. Nós tivemos um sucesso bastante significativo no público de FGTS, que é o mesmo público provavelmente do consignado privado. E se o produto tiver boas características de risco e retorno, eu acredito que o Banco tem boas estratégias de aquisição digital.

Está bem maduro na aquisição de *leads* através do digital, *member get member*, dos seus canais já azeitados, com percentual de fraude muito baixo, por exemplo 0,02 no último *cohort* de últimos 12 meses, ou seja, o Banco seguro, e está pronto para ser um *player* caso o produto venha a nascer, e tenham condições aqui de risco e retorno que o Banco entenda como dentro da sua política de crescer com rentabilidade e também segurança.

Mas é um produto bem correlato àqueles produtos que o Banco já faz, em termos de averbação, em termos de estrutura de produto. Então eu acredito, sim, que caso caminhe possa ser uma nova oportunidade de crescimento para o Banco.

**Participante 9 (via webcast):**

O que explica a queda no índice de Basileia, considerando que em junho estava em 17,5 e em setembro fechou em 16,8?

**Paulino Rodrigues:**

Isso está até demonstrado, eu acho que, razoavelmente bem na apresentação, na tela que trata desse tema. Mas é basicamente o crescimento mais acelerado no crédito, na originação de crédito, observado neste 3T24.

Nós temos um gráfico *grid* do capital principal. Não é do Basileia, mas um conversa com o outro, onde isso está bem descrito. Então, basicamente foi isso: um crescimento maior do Banco nesse trimestre, originando mais de 3,5 bilhões. Maior originação em alguns trimestres, nos mais recentes definitivamente que explica. Tem outras pequenas variações também colocadas, mas eu acho que a principal parte da resposta é o crédito.

**Marina Magalhães:**

Pessoal, nós vamos seguir agora para as últimas duas perguntas relacionadas a ação e liquidez do Banco.

**Participante 10 (via webcast):**

Alguma iniciativa em estudo para melhorar a liquidez das ações do Banco?

**Participante 11 (via webcast):**

Diante do surpreendente lucro do trimestre, é possível contar com dividendos extraordinários para o acionista?

**Paulino Rodrigues:**

Só algo assim, um pequeno comentário: para nós não foi surpreendente o resultado do trimestre. Então é algo que nós viemos trabalhando, viemos entregando consistentemente ao longo do tempo. Claro que tem um impacto de ter superado a marca dos 200 milhões pela primeira vez, fechando assim um pouco acima de 201 milhões.

Mas é algo que nós viemos trabalhando duramente e comunicando aqui ao mercado ao longo do tempo. A questão de dividendos, nós viemos pagando basicamente dividendo mínimo, muitos através de juros ao capital próprio aí incluídos. Não temos aqui previsão de uma mudança em relação a isso.

A primeira pergunta foi em relação à liquidez da ação. Nós entramos, até você pode me ajudar, Marina. O *market maker* começou quando?

**Marina Magalhães:**

Começou em meados de setembro.

**Paulino Rodrigues:**

Começou em meados de setembro. Então nós já vimos, nos dados que nós recebemos tanto do nosso *market maker* quanto da própria bolsa, a ação do Banco vem ganhando cada vez mais liquidez. Então, foi uma ação que foi desenhada, obviamente, para dar mais liquidez ao papel.

Nós, hoje, já temos negociado consistentemente acima de R\$1 milhão por dia. E nós viemos crescendo. O Banco Mercantil vem crescendo no posicionamento de todas as empresas listadas. Inclusive, essa semana recebemos o relatório da bolsa e foi então, acho que já por mais ou menos um ano eu acho, que nós viemos crescendo mês após mês em termos de posicionamento em relação às demais empresas listadas no mercado.



Por hora é isso. Não temos nenhum outro plano aqui de curto prazo, mas é claro que é papel nosso, da Administração, acompanhar e observar oportunidades que possam conceder ainda mais liquidez ao papel. Nós entendemos que tem uma potencial destrava de valor aqui que nós podemos vir a perseguir, claro, que com as condições de mercado favoráveis.

**Marina Magalhães:**

Obrigada, Paulino. Pessoal, nós vamos seguir agora para o encerramento do nosso evento. As demais questões vão ser respondidas diretamente a quem perguntou pela área de Relações com Investidores. E para qualquer questão adicional, fiquem à vontade para entrar em contato com a área de RI pelos contatos que vão estar disponíveis na tela de vocês.

Essa apresentação que foi gravada vai ser disponibilizada também no nosso site, após o encerramento. Então, eu gostaria de agradecer ao Paulino e ao Gustavo pelas apresentações, e desejar a todos um ótimo dia.

"Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva Companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição"