

Leonardo Ferraz:

Bom dia a todos. É uma satisfação enorme recebê-los para a divulgação de resultados do último trimestre de 2025 do Banco Mercantil.

Meu nome é Leonardo Ferraz, eu sou responsável pela área de relações com investidores e, em nome de toda a equipe, agradeço a presença e o interesse de cada um que nos acompanha nesta manhã.

Participam comigo nessa transmissão Gustavo Araújo, nosso CEO, e Paulino Rodrigues, Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores. Eles apresentarão os principais destaques do ano e, na sequência, abriremos para uma sessão de perguntas e respostas.

Gostaria de informar também que essa apresentação está sendo gravada e, assim como a transcrição e todo o material de apoio, estará disponível em nosso site de Relações com Investidores.

Ao longo da apresentação, perguntas poderão ser enviadas por meio da aba de Q&A, localizada na parte inferior da tela, ou pelo nosso canal de WhatsApp, acessível por meio do QR Code que será exibido durante a transmissão.

Mais uma vez, eu agradeço a participação de todos e, para darmos início à apresentação, passo a palavra a Gustavo Araújo, CEO do Banco Mercantil.

Gustavo Araújo:

Bom dia a todos e obrigado pela atenção. Apresentamos hoje os resultados do 4T25 do Banco Mercantil, com um resultado recorrente, pela primeira vez, de mais de R\$ 1 bilhão, com retorno sobre patrimônio líquido de 43,5%. Sem dúvida nenhuma, um dos maiores da indústria.

O lucro trimestral também foi recorde, já é o 13º trimestre consecutivo de lucro recorde, em R\$ 271 milhões, conforme capturamos paulatinamente os ganhos de escala do Banco e mostra a capacidade estrutural do Banco de apresentar excelentes resultados, independentemente de ciclos econômicos.

Bom, aqui falamos do resultado recorrente, mas, em relação ao acordo histórico que o Banco fez com a PGFN, que resolveu 96% da contingência fiscal do Banco, será abordado em um pouco mais de detalhes mais adiante, pelo Paulino. Também com excelentes notícias em relação à absorção do crédito tributário constituído e também em relação ao sucesso do aumento de capital privado.

Hoje aqui também vamos passar por pontos estratégicos, vamos passar por diferenças competitivas e entregas relevantes do nosso time ao longo do ano, provando também a nossa capacidade de execução do Banco Mercantil para essa nossa grande tese inspiracional, que é ser o maior banco desse ecossistema 50+, do público que mais cresce no Brasil.

O Brasil está envelhecendo. Nós estamos observando a inversão da pirâmide etária e o final do bônus demográfico. Se observarmos um pouquinho mais sobre esse público, observamos que, ao longo da vida dos 50+, 49% dos clientes chegam a tomar um empréstimo consignado, os outros 51% são poupadores, que também ajudam aqui no Mercantil com as carteiras de

funding, 95% desse público já é bancarizado, então o Banco tem que apresentar uma proposta de valor superior aos bancos que esse público está acostumado. Sete a cada dez clientes são beneficiários do INSS, ou seja, quem tem mais de 50 anos no Brasil tem uma alta probabilidade, sim, de estar aposentado, perfazendo um mercado total endereçável de R\$ 735 bilhões na carteira de consignado nacional.

Quando observamos o *profit pool* de NII mais receita líquida de serviços, observamos uma concentração importante em pessoas físicas e que o maior *profit pool* das pessoas físicas do sistema está sim nos 50+.

Então, mercado grande, crescente, pujante e o maior *profit pool*, onde acreditamos que tenha aí a competição menos especializada, observamos um vácuo de comunicação e proposta de valor da concorrência em relação a esse cliente, e é justamente aqui, é justamente esse espaço que o Banco tenta, cada vez mais, busca cada vez mais ocupar.

Então, a boa notícia é que estamos conseguindo avançar bastante na nossa tese. Prova disso é que nós chegamos à marca de 10 milhões de clientes, uma marca histórica aqui no Banco, fazendo agora a maior campanha institucional da nossa história com o nosso embaixador Roberto Carlos.

Então, vimos investindo nesse espaço de comunicação com o público 50+ e os resultados são bastante animadores, já vimos aí mais de dois, três anos nos posicionando em relação a esse público. E nós sempre rodamos, para entender o nosso cliente, anualmente, pesquisas para entender se estamos melhorando, quais são as necessidades desse cliente, o que mais podemos fazer para surpreendê-los. E a boa notícia é que o Banco já figura no *top of mind* entre os cinco bancos mais lembrados quando falamos de banco 50+. Então, em um país tão concentrado nessa indústria bancária, com os grandes bancos investindo bilhões há décadas, o Banco consegue entrar no top 5 de bancos e marcas lembradas quando falamos desse nosso público-alvo 50+. Então, o rei personifica essa nossa abordagem de comunicação com esse cliente.

Quando perguntamos para o nosso cliente qual é o índice de principalmente declarada, ou seja, sem lista suspensa, sem nenhum banco para ele escolher, o primeiro banco como banco principal que aparece na cabeça desse cliente quando é perguntado, conseguimos anotar 38% de principalidade declarada, quando nós já sabemos que a média de principalidade nacional é de 25%, e bancos de nicho, na mesma pesquisa que nós rodamos, de 19%. Então, nós aqui conseguimos provar que o Banco Mercantil é a principal escolha do nosso cliente autodeclarado.

Os índices que observamos de utilização são outros índices que mostram uma utilização muito maior do que esses 38%, mas quando o cliente toma a decisão de falar qual que é o primeiro banco que ele usa, também um índice muito importante aqui, muito mais aqui do que a concorrência de nicho e também dos grandes bancos nacionais, que mostra o poder do foco estratégico e da comunicação que o Banco Mercantil vem imprimindo ao longo do tempo.

E a grande pergunta é: Por que, então, que essa voz, que amplificamos com o Rei Roberto Carlos, ecoou tanto? E uma das respostas é que entendemos muito desse cliente. É o nosso dia a dia tentar entender as necessidades e construir uma proposta de valor em produtos, em canais, para que possamos atendê-lo cada vez melhor.

Então, aqui, bem brevemente, uma das telas que eu gosto bastante quando tentamos entender desse cliente 50+, as suas principais preocupações para os próximos anos, então aqui na coluna da esquerda temos – e aqui ele pode responder, 2 mil respondentes aleatórios,

uma pesquisa estatisticamente válida, então aqui só para contextualizar, e o que o cliente pode responder mais de um item, por isso que a somatória não vai dar 100% – aqui na coluna da esquerda, que 55% gostaria de ter dinheiro guardado para emergência, conseguir pagar as contas o mês sem aperto e também, já aparecendo em terceiro lugar, cuidados com saúde. Então, guardamos essa informação com saúde aqui para nós depois construirmos o entendimento do ecossistema *beyond banking* do Banco Mercantil.

Mas na coluna da direita, é uma pergunta muito mais prática, muito mais pragmática: Quais são seus principais objetivos para os próximos 12 meses? E o que observamos aqui em branco é que, das 10 primeiras respostas, 8 dizem respeito ao ecossistema financeiro e bancário. Então, vamos lá: Primeiro, economizar, diminuir gastos, ter uma renda extra, quitar dívidas, organizar minhas finanças pessoais, criar e manter um fundo de emergência, aprender sobre educação financeira, planejar minha aposentadoria, começar a investir.

O que faz com que tenhamos certeza de que o consolidador de experiência desse cliente 50+ tenha que ser, sim, uma instituição financeira, um banco. Essa é a principal dor, a principal preocupação desse cliente. Então, um ecossistema que parte de soluções bancárias, de segurança, de educação financeira, de produtos bancários, de investimento, de crédito, é esse portal, esse que chamamos de “ecossistema”, para esse público 50+.

E, a partir disso, portanto, construímos, em termos de produto, esse que acreditamos que é hoje, já – e tem muito para evoluir, mas hoje já –, o ecossistema mais completo no que diz respeito a esse público. Então, é claro que nós já temos aqui no nosso portfólio todos os produtos bancários e financeiros (seguros, crédito, poupança, dinheiro, apoio, acompanhamento, crédito consignado, crédito pessoal, cartões, meios de pagamento, obviamente, toda a nossa estratégia bancária), mas é claro também que nós já vamos construindo o nosso ecossistema *beyond banking*, de entender o que mais esse cliente vai procurar na empresa 50+ que ele confia para complementar a proposta de valor.

E, como vimos, banco é a principal empresa que esse público vai procurar para atender suas necessidades, e aí tentamos, em um *one-stop-shop*, levar uma série de vantagens, descontos e assistências conforme vamos entendendo qual é a próxima necessidade desse público.

Então, começamos – vocês lembram, a terceira preocupação do público – saúde. Começamos esse ecossistema com saúde, nossa assistência saúde, e fomos entendendo todas as outras necessidades e complementando esse ecossistema com moradia e gastos do lar, com educação financeira, com bem-estar e academia, com odontologia, com pet, fomos montando, seguimos montando com a parte funeral de legado, todo esse ecossistema para que o cliente possa cada vez mais escolher aqui o Banco Mercantil como o seu banco principal.

Então, na parte de proposta de valor, acreditamos que é uma proposta muito diferenciada, mas é claro que também na parte de resultado do Banco isso é muito importante. Já estamos falando de R\$ 956 milhões em receitas de prestação de serviços somente no ano de 2025. Ou seja, em ordem de grandeza, já se aproximando de R\$ 1 bilhão, um crescimento fundamental. Nós vamos ver o crescimento, somente nesse trimestre, que vai direto para o *bottom line*, não aloca capital, e ajuda o Banco a ter bons resultados, independente também dos ciclos, por exemplo, monetários.

Então, é uma vantagem fundamental de ganha-ganha, é uma receita importante aqui na composição de margens do Banco e também são produtos e serviços muito buscados pelo cliente. Então, essas aqui são as nossas vantagens em termos de produto.

Quando pensamos em canal, esse cliente também tem peculiaridades importantes quando pensamos no canal. E o canal é tão importante porque essa indústria de colateralizados tem normalmente um custo marginal de distribuição muito alto, e tentamos, então, dominar esse canal com canais próprios. E sabemos que muitos clientes vão preferir agências bancárias. Mais do que agências bancárias, estamos falando de agências bancárias totalmente em conformidade com os requisitos dos editais e os leilões do INSS. Então, o que conseguimos mostrar aqui é que onde o Banco tem a presença física, até para uma questão de regulação, ele consegue chegar a ter 14, 15, 16% do *share* de mercado.

Naturalmente, o Banco começou a sua estratégia 50+ no Sudeste, o Banco, que tem fundação em Minas Gerais e tem uma presença muito forte também em São Paulo, conseguiu chegar a 15, 16% de *share* para um total de *share* do mercado no país de 5,2%, e hoje somos o quinto maior banco pagador de benefícios previdenciários do INSS do país.

E a boa notícia é, vimos replicando essa estratégia com a expansão física e vem funcionando, é uma estratégia replicável. O Banco começou sua expansão para o Centro-Oeste e também para Nordeste já com resultados iniciais muito animadores. E a melhor notícia de todas é que temos todo o território nacional para seguir essa expansão do Banco, replicando essa proposta de valor, de produtos, de canal, de marca, para todo esse público 50+, para buscar cada vez mais essas posições de liderança no ranking de pagamento de benefícios.

Somente no ano passado foram mais de 61 novas agências espalhadas estrategicamente. O Banco faz um estudo geográfico, demográfico, em percentual de idade de aposentados para entender onde deve posicionar a sua agência para que tenha uma marca forte, para que cumpra os requisitos de edital do INSS sem também precisar aqui de uma abordagem totalmente dependente do físico.

E por que isso? Porque o Banco também entende a necessidade do cliente e leva a tecnologia para a casa desse cliente. Então, ao invés de adaptar esse cliente para a tecnologia existente do Banco, tentamos entender onde está esse cliente e como conseguimos ajudá-lo a usar cada vez mais esses canais digitais aqui do Banco Mercantil.

Claro que com uma presença fundamental de aplicativo, o 50+ ele usa, sabe, entende bem do aplicativo, mas, conforme vamos avançando na parte etária, na demografia, conseguimos entender que o aplicativo vai deixando um pouco de ser utilizado, ainda que seja um aplicativo com design para os 50+ de letras, hiperlinks mais facilitados, com biometria, entendemos que esse cliente ele é muito familiar com o WhatsApp, e nós desenvolveu há bastante tempo uma estratégia já muito madura de como fazer uma jornada de WhatsApp Banking, que é o canal que o 50+ gosta, é o aplicativo que ele mais usa – são os grupos de família, de notícia –, e por que não uma jornada 100% bancária?

Aqui, mostramos nos gráficos tudo aquilo que o Banco originou de crédito. E por que crédito? Porque é o principal motor de resultado do Banco *end-to-end* no digital. Então, mais de 81% de tudo que o Banco vende começou e terminou ou no WhatsApp ou no aplicativo que chamamos de custo marginal distribuição zero, sem humanos. Ou seja, numa indústria que as margens são pequenas e vivemos mínimos históricos de *spread*, ter o custo marginal de distribuição tangenciando aqui zero, ajuda bastante na composição de margens quando falamos inclusive dos produtos colateralizados.

E a adesão ao aplicativo nas novas safras de clientes, cada vez mais os clientes fazem o *download* e usam o aplicativo e reusam também, o índice de reuso, tanto do WhatsApp quanto do aplicativo, é muito grande e confirma também a principalidade, esse acesso que o Banco tem direto a seus clientes para ter mais distribuição e mais *cross-sell* de produtos de crédito, produtos bancários e também dos produtos não bancários.

Bom o Banco tem vantagens regulatórias importantes e assimétricas de acesso a leilão e teve uma posição de destaque importante nos leilões de 2024, mas em leilão o Banco tem essas vantagens também desde 2009, e aqui eu tento mostrar, num gráfico simples, o poder do digital para que o Banco pudesse, então, escalar toda a sua base de clientes, de carteira, enfim, de crédito aqui também.

Então, aqui no meio, vemos toda a nossa estratégia digital. Aqui, em azul mais claro, é a criação e a expansão da estratégia de WhatsApp Banking e também a maturação da estratégia de aplicativo, chegando aos 82% ao qual me referi, com crescimento digital de 40% ao ano, de *compound annual growth*. Isso tem uma correlação importante com a base de clientes, como eu falei, que superou os 10 milhões de clientes, com um crescimento de 31% ao ano.

Então, o Banco, no mesmo período, saiu de 2,6 milhões de clientes para 10 milhões de clientes, e o crescimento de clientes é correlato ao crescimento da carteira de crédito. Mais da metade dos nossos clientes tem uma operação de crédito. Então, são clientes com principalidade, com alta ARPAC e LTV, porque também utilizam o nosso ecossistema e tomam também aqui pelo menos uma operação de crédito.

Nossa carteira de crédito tem um crescimento composto de 30% e tudo isso faz com que nossa base de clientes, que é a nossa carteira, cresça muito rápido, e como o custo marginal de distribuição é fixo (ele é ali pelos canais digitais), temos então o que chamamos de economia e ganhos de escala. o Banco consegue melhorar o seu índice de eficiência e a diferença entre o crescimento exponencial das receitas em relação à base de custos vai direto, então, portanto, para a margem do Banco, que chega a um crescimento de resultado e lucro líquido de 46%, chegando, então, agora, finalmente, a R\$ 1,8 bilhão aqui no nosso resultado anual de 2025.

Bom, falamos bastante do Público 50+, mas eu também gostaria de falar dessa grande oportunidade de mercado, que é o consignado privado. Bom, então, estrategicamente, o Banco escolheu (e quer) ser o melhor ecossistema, com foco nos 50+, em comunicação, em marca, em voz, em produto, em ecossistema. Mas temos algumas vantagens importantes: entendemos bem da operacionalização, de Dataprev, de colateralização, entendemos de canais digitais, de *growth*, compra de palavras em Google Ads, de Facebook Ads, de gestão de CAC, conseguimos ter uma esteira antifraude muito importante, nós já usamos a biometria desde 2019 – que foi agora implementada também por INSS de forma sistêmica.

Então, nós já temos algumas vantagens que nos permitem competir em um outro mercado adjacente de colateralizados, que é também o consignado privado. O Banco entendeu, durante três, quatro meses, algumas regras de crédito, algumas regras de repasse, algumas regras de negócio, testou modelos, testou seu KS em relação à geografia, segmento, tamanho da empresa, currículos, salários, tempo de casa, tempo até a aposentadoria. São várias variáveis que o Banco foi montando os seus modelos de crédito e agora consegue também capturar essa alavanca, principalmente nos seus canais digitais, e crescer também seu portfólio – o Paulinho vai dar mais cor aqui na sequência ao que o Banco vem conseguindo fazer, principalmente no último trimestre, em relação a essa grande oportunidade que é o consignado privado, numa carteira que pode chegar aí, de acordo com algumas estimativas, a R\$ 350 bilhões.

O Banco está preparado, o Banco foi um dos melhores jogadores em relação à antecipação do saque-aniversário de FGTS, esses clientes também servem como *leads* para que façamos uma proposta do consignado privado e conseguimos acelerar bastante depois (como também já é de praxe da casa) de entender quais foram e quais eram os riscos operacionais e quais

eram os riscos também aqui de crédito que o Banco estava disposto a correr para crescer nesse produto.

O que observamos é que o FGTS teve algumas legislações e regulamentações, no final do trimestre passado, que devem fazer com que esse mix caia e nós mais o que substituíamos pelo mix aqui do consignado privado de modo a acrescentar valor também ao portfólio do Banco.

Então, antes de passar aqui a palavra, vamos fechar com os destaques trimestrais aqui do Banco Mercantil. Um trimestre muito forte, como eu já havia me referido, com um lucro líquido trimestral de R\$ 271 milhões, um crescimento de 32% em relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionado por uma originação de crédito recorde, de R\$ 5,3 bilhões, aqui uma alta de 71%, e um destaque, sazonalmente, o 4T normalmente é um trimestre onde a originação é bem menor, por exemplo, que sazonalmente o 1T, então uma originação recorde em 4T. É um número muito interessante, principalmente à luz do fato de as jornadas de contratação e desbloqueio estarem aí modificadas com os novos fluxos biométricos com o TSE, que nós já conhecemos, aqui implementados pela Dataprev, pelo INSS, que o Banco vem se adaptando.

Então, justamente por ter um entendimento melhor do canal digital, de este cliente já estar acostumado com o nosso WhatsApp, com o nosso canal digital, por ele já estar acostumado a fazer biometria desde 2019 e por nós também termos as agências físicas, que conseguimos crescer bastante, 71%, enquanto a originação de mercado de consignados caiu mais de 50% quando comparamos o mesmo período.

Isso, claro, impulsiona a própria carteira de crédito do Banco, que atingiu R\$ 23,7 bilhões, um crescimento expressivo de 39%. Em geral, o mercado Pessoas Físicas - Recursos Livres, da série histórica do Banco Central, cresce 8, 9, 10% ao ano, então um crescimento que supera 4x o crescimento de mercado, e um crescimento muito puxado pela carteira de consignado e, consignados no geral, que cresceu 55%.

Como eu havia me referido, a receita de prestação de serviço do nosso ecossistema de seguros e *beyond banking* cresceu 73% em um ano, atingindo R\$ 311 milhões no período, com ROAA recorrente de 3,3%, uma queda marginal de 6 bps, que, quando alavancado 11x, chega a esse ROAE de 43,5%, um dos melhores da indústria, e também a um Índice de Basileia de 13,5%, também aqui o Banco segue bastante bem capitalizado, mesmo aqui depois do seu acordo histórico com a PGFN.

Nós também vamos mostrar que o Índice de Basileia também já está gerencialmente recomposto depois do sucesso da recomposição desse índice através do aumento de capital privado.

Então, um trimestre e um ano muito fortes e expressivos, que mostram que o Banco segue a pleno vapor capturando esse *void* de mercado e sendo um jogador líder nesse segmento de 50+, que é o que mais cresce no país.

Bom, para dar mais cor aqui e detalhes aos números, vou chamar aqui ao palco o nosso CFO, Paulino, para dar mais detalhes aqui de cada uma dessas entregas do Banco. Muito obrigado. Paulino.

Paulino Rodrigues:

Obrigado, Gustavo. Bom dia, e bom dia a todos que nos acompanham em mais essa divulgação de resultados.

Gostaria, então, de passar a dar um pouco mais de detalhes a respeito do 4T25 e do encerramento do exercício do Banco Mercantil. Mas, antes disso, eu gostaria de começar de um aspecto bastante importante, que foi a transação tributária, celebrada em 23 de dezembro do ano passado, pelo Banco junto à Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e que permitiu a resolução de 96% das contingências tributárias da instituição.

Um fato histórico, e que ensejou, em 23 de dezembro, quando de sua celebração, a divulgação de dois fatos relevantes: o primeiro tratando da transação, propriamente dita; e o segundo de um aumento de capital, por meio de subscrição privada, destinado a restabelecer integralmente a capitalização do Banco. Esses fatos foram, inclusive, objeto de uma conferência adicional junto ao mercado em 26 de dezembro, buscando, dada a complexidade do tema, esclarecer melhor, à toda nossa base de acionistas e analistas que nos acompanham, a complexidade do tema.

E o objetivo aqui é nós fazermos um fechamento desse tema. Então, o impacto do acordo, propriamente dito, ele está ali destacado em R\$ 103 milhões e ele já fora objeto da conferência realizada em 26 de dezembro. Entretanto, tivemos, numa perspectiva contábil, alguns efeitos de segunda ordem. O primeiro deles, nós tivemos que reverter o JCP, até então provisionado no exercício, o que redundou em um impacto não recorrente de R\$ 131 milhões, e a base tributária, que passou a ficar negativa no exercício, também não permitiu que fizéssemos uso de alguns benefícios fiscais, principalmente a Lei do Bem, que é o efeito adicional (destacado em azul ali do lado esquerdo), de R\$ 21 milhões. Dessa maneira, portanto, temos a reconciliação do lucro líquido recorrente de R\$ 1,8 bilhão, apresentado pelo Gustavo ao longo de todo o material até agora, e o lucro líquido contábil, que os senhores e as senhoras encontrarão nas nossas demonstrações financeiras, de R\$ 753 milhões.

Eu gostaria de frisar, para aqueles que queiram mais detalhes sobre o tema, que temos uma nota explicativa bastante detalhada dando conta dessa reconciliação e a nota explicativa número 18.8 das demonstrações financeiras hoje divulgadas pelo Banco.

Gostaria, então, de fazer alguns destaques que são bastante relevantes e que, às vezes, não são tão aparentes numa primeira leitura da transação tributária. O primeiro deles é que, do ativo fiscal que foi gerado a partir da transação tributária, que foi de um valor de R\$ 1,059 bilhão, R\$ 477,8 já foram utilizados no próprio exercício de 2025, diferentemente de uma interpretação que eu escutei de alguns de que teríamos o total da transação tributária a ser compensado em exercícios posteriores. É, na verdade, um pouco mais da metade.

O segundo ponto é que o aumento de capital foi integralmente concluído, restando apenas a aprovação da autoridade monetária. Na semana passada, divulgamos fato relevante dando conta disso. Após uma rodada de subscrição de sobras, optamos por encerrar o aumento de capital por já termos atingido praticamente a inteireza dos R\$ 500 bilhões pretendidos, ficando em R\$ 498,5 milhões, para ser preciso. Portanto, o patrimônio líquido ajustado de 2025, recompondo esse aumento de capital, seria de R\$ 2,8 bilhões, e o nosso capital Nível 1 ajustado de 13,8%.

Com relação ao aumento de capital, temos uma outra nota explicativa bastante detalhada para aqueles que quiserem aprofundar o tema, que é a nota explicativa de número 17.1.

Um terceiro aspecto que vale a pena lembrar é que o JCP que foi revertido, que eu acabei de mencionar para vocês e se encontra no lado esquerdo da sua tela, ele poderá ser utilizado em anos subsequentes. Portanto, ele não é perdido.

O quarto aspecto é que tivemos um pagamento de dividendos intermediários deliberados no ano passado, conforme divulgado em 23 de dezembro, antes, portanto, da virada do ano e antes, portanto, da incidência de imposto de renda sobre dividendos.

E, por fim, gostaria apenas de esclarecer que o retorno sobre o capital contábil é de 34,4% e o recorrente, que foi apresentado pelo Gustavo até aqui e eu mesmo apresentarei mais adiante, então, voltando com esses efeitos, é de 43,5%.

Superado, então, esse aspecto da transação tributária, que, como eu disse, é sobremaneira importante pensando no longo prazo da instituição, vamos voltar, então, ao fluxo mais tradicional da nossa divulgação de resultados, começando pela nossa carteira de crédito. Carteira essa que encerrou o exercício em R\$ 23,24 bilhões, um crescimento de 39% em relação ao ano anterior, em um período em que o mercado como um todo cresceu 13,4%, daí, portanto, o nosso crescimento, conforme indicado do lado direito, de quase 3x o crescimento do mercado Pessoa Física - Recursos Livres na série do Banco Central do Brasil.

Os principais pontos de destaque: a nossa carteira de crédito consignado INSS atingindo 14,7%, um crescimento na comparação anual de 37%, em um período em que o crescimento de mercado foi de 2%. Em grande medida, sabemos, por conta de uma série de eventos que transcorreram ao longo do ano de 2025, muitas vezes afetando a oferta do produto pelo aumento da complexidade da biometria de outro lado, e também tivemos uma série de participantes de mercado que, por uma razão ou outra, acabaram suspensos por algum período de tempo. Então, isso, claro, permitiu que ocupássemos um espaço de mercado maior, mas não apaga a performance do Banco em recuperar – e vamos ver a originação de crédito na sequência – muito rapidamente os fluxos de originação existentes até então, mesmo com as dificuldades de processos adicionais provocadas pela exigência da biometria.

No crescimento *quarter contra quarter*, o mercado cresceu 0,1%, para que entendamos, enquanto o Banco cresceu 8,9%. Então, a nossa capacidade de recuperação e de manutenção dos níveis de originação da carteira de consignado INSS, que é a principal do Banco, é um dos grandes destaques do ano e, em particular, do 4T.

Falando um pouco agora de um outro destaque importante, que é a carteira de crédito pessoal sem garantia, o chamado CP, conforme indicado na barrinha cinza do gráfico do seu lado esquerdo, que fechou o ano com R\$ 3,2 bilhões, um crescimento de 32% - um crescimento bastante interessante essa é uma carteira que não é simples de crescer com qualidade – e, no mesmo período, o crescimento do mercado, na comparação anual, foi de 18,9%. Então, aqui, de novo, o Banco crescendo expressivamente acima do mercado e ganhando participação.

Um outro destaque que eu gostaria de fazer é a nova carteira do consignado privado. Então, esse é um produto que foi lançado no 2S do ano passado, o Banco começou a operar esse produto com bastante cuidado, buscando conhecer os aspectos operacionais de um produto novo, o que é natural. Já no 3T, essa carteira começou a adquirir uma relevância, encerrando com R\$ 1,2 bilhão, e esse crescimento seguiu controlado, mas já ganhando um espaço suficiente para ganhar um espaço nas nossas barrinhas aqui, atingindo os R\$ 2 bilhões no 4T do ano.

O produto não existia no mesmo período do ano anterior, por essa razão não trazemos aqui um crescimento. Vale destacar que é uma carteira que tem características distintas, o processo operacional, ainda um pouco truncado, ele enseja uma inadimplência um pouco mais alta, porém, a NIM, como nós veremos mais adiante, ela também é mais alta, de tal maneira que os *economics* do produto funcionam bastante bem dado os níveis de retorno

que nós buscamos entregar para o nosso acionista – e vamos falar um pouco sobre isso depois.

Complementando aqui, gostaria de falar um pouco sobre a nossa carteira de saque-aniversário FGTS, que, conforme já antecipado em trimestres anteriores, ela vem reduzindo aos poucos e as mudanças regulatórias havidas recentemente, acreditamos que tornaram impossíveis a retomada do crescimento dessa carteira. Há pleitos para que isso seja alterado e parte dessas decisões sejam revertidas, mas até aqui o processo que temos é esse processo, que podemos falar quase de um *run-off* da carteira, que encerrou o trimestre e o ano, com R\$ 2,6 bilhões. Uma carteira de bastante qualidade, que vai sendo, em alguma medida, substituída pelo consignado privado, porém, com características distintas.

No FGTS, temos uma inadimplência basicamente de zero, porém, temos uma taxa mais baixa. No consignado privado, temos uma inadimplência muito vinda ainda das dificuldades operacionais (que esperamos sejam sanadas no futuro) mais elevada, mas também temos uma taxa e, por conseguinte, uma margem, uma NIM, mais elevada. Essa dinâmica, vamos mostrar como ela se desenvolve na sequência da apresentação.

Falando agora um pouco da originação de crédito, como eu falei, aqui um outro destaque bastante importante é que tivemos uma originação recorde nesse 4T25, atingindo praticamente R\$ 5,3 bilhões, superando o 1T25, que tem uma sazonalidade provocada principalmente pelo aumento do salário-mínimo, que tipicamente ocorre nesse período, e ainda assim conseguimos no 4T superar a marca, que já era recorde, de praticamente R\$ 5,2 bilhões observada no 1T25.

Isso, puxado pelos créditos consignados, que aqui aparecem agrupados, com mais de R\$ 4,4 bilhões, também aqui uma originação recorde considerando o período, praticamente dobrando, atingindo 96% em relação ao mesmo período do ano anterior. Depois, um segundo destaque, a originação do crédito pessoal não consignado, atingindo R\$ 724 milhões, de novo aqui um número recorde, 13% superior ao mesmo período do ano passado. E aí depois, como eu havia comentado, a carteira de FGTS tem tido dificuldades de originação, isso foi reforçado pelas mudanças regulamentares havidas recentemente e explicam a redução para R\$ 83 milhões, observável ali no 4T, um decréscimo de 36% em relação ao último trimestre do ano anterior.

Outros destaques importantes. O Banco tem controle integral dos seus canais, ou seja, 100% do consignado INSS é originado pelos canais próprios do Banco, sejam as agências, sejam os canais digitais que o Gustavo comentou, o WhatsApp e o app. O crescimento médio do consignado originado pelo Banco nos últimos três anos foi de 64%, que é uma marca muito acima do observado no mercado – aliás, vale lembrar, o mercado teve uma redução no volume de originação nos últimos meses na casa dos 60%, enquanto o Mercantil segue crescendo, segue pujante no consignado –, com a originação sendo puxada, aqui também no consignado, como nos demais produtos do Banco, pelos canais digitais, que já representam mais de 84% da nossa originação, um crescimento de 24 p.p. se comparado ao mesmo período do ano anterior. Então, esse é um outro destaque bastante importante que eu gostaria de fazer.

E esse crescimento vem se dando de forma saudável. Nós tivemos um crescimento na nossa inadimplência, observável a Over 90 no gráfico do seu lado esquerdo, que fechou o ano em 3,1%, um crescimento não desprezível em relação ao ano anterior e na margem também crescendo em relação ao trimestre anterior, mas, ainda assim, rodando a menos da metade do número agregado do mercado de pessoas físicas no Brasil, que também vem crescendo – o que demonstra uma preocupação, aqui é uma preocupação nossa e do mercado como um todo – sequencialmente nos últimos trimestres e encerrando o ano passado em 6,9%.

No caso do Mercantil, a explicação para esse crescimento vem do novo produto de consignado privado, que, pela característica operacional dele, ele enseja um provisionamento maior no início, pelo menos, dada a performance atual do operacional da carteira, é o que entendemos como mais adequado, e o crédito pessoal não consignado (o CP) também cresceu em linha com o crescimento de mercado.

Então, de um lado, nós esperamos que o privado melhore o seu operacional – não só do Mercantil, mas do mercado como um todo, que tem que lidar com essas características, digamos assim, no momento – e o crédito pessoal sem garantia, esse sempre é uma carteira que requer um dedo no pulso do paciente ali mais próximo, é uma carteira que nós sempre temos que ter cuidado. Tivemos recentemente novos dados de endividamento e de inadimplência das famílias vindo a público, demonstrando que esse quadro vem se agravando e continua crítico. Então, portanto, temos e teremos bastante cuidado com a gestão de risco de todas as carteiras, em particular do CP sem garantia. Mas tivemos, como vocês podem observar, esse aumento da inadimplência na margem no 4T em relação ao trimestre anterior.

Falando um pouco da provisão (da PDD), nós tivemos também um crescimento, que pode ser observado no gráfico do seu lado esquerdo, pronunciado nesse 4T pelas mesmas características que eu acabei de falar, além, é claro, do próprio crescimento da carteira. Então, o Banco cresceu, como eu apresentei para os senhores, fortemente no 4T, naturalmente que esse crescimento de carteira enseja uma PDD maior. Mas não podemos deixar de destacar que, também aqui, se materializaram esses dois efeitos de performance das linhas de consignado privado e do consignado do crédito pessoal, melhor dizendo, sem garantia. Então, com isso, falamos um pouco aqui de PDD e de inadimplência da carteira.

Gostaria de falar um pouco agora sobre um outro destaque importante no ano de 2025 e, particularmente, no 4T, que é a receita de prestação de serviços do Mercantil. Nós atingimos a maior RPS da história do Banco no 4T, atingindo a marca de R\$ 311 milhões, um recorde em cima de outros recordes observados nos últimos trimestres.

Puxando esse desempenho, está a oferta que o Gustavo apresentou anteriormente, indo além dos serviços bancários tradicionais (ou o que estamos chamando de *beyond banking*, o que tem caído muito no gosto), produtos alfaiatados para o nosso público principal, que é o nosso público 50+, de tal sorte que os seguros e assistências já representam praticamente 87% da RPS, com as tarifas perdendo cada vez mais espaço, hoje representam apenas 11% da RPS, e outras receitas, que são marginais, ali na casa dos 2%.

Então, isso mostra o acerto da nossa estratégia, dos investimentos que temos feito para ter uma oferta mais completa para o nosso cliente 50+, fidelizando e extraíndo daí mais receitas para o Banco, receitas essas, que sempre é importante frisar, vão diretamente para o *bottom line*, não alocam capital e nos ajudam a entregar os níveis de margens que o Banco tem sido capaz de entregar – e que eu vou apresentar um pouquinho mais à frente.

Falando agora um pouco do outro lado do balanço, do lado do *funding*, o Banco tem uma característica de manter um nível bastante robusto de caixa – e nós já falamos sobre ele na próxima tela –, as nossas fontes de *funding* se baseiam majoritariamente nos nossos próprios canais de distribuição, porém, no 4T, vale um destaque aqui, que é o aumento da linha de operações estruturadas. Nós tivemos duas operações que foram bilaterais, não foram distribuições públicas, que aconteceram nesse 4T, injetando um recurso em caixa importante no Banco – e eu já vou falar sobre como terminamos o ano em termos de caixa – e fazendo com que o trechinho preto da barra, que vocês observam no gráfico, crescesse de 6% para 11% nesse 4T.

Então, nós sempre somos ativos também em produtos de securitização, trabalhamos um tempo nessas linhas e achamos que, oportunisticamente, foi importante fazer essas operações no momento em que foram feitas para que pudéssemos travar as condições favoráveis observadas no mercado de crédito privado no país naquele momento, provendo *funding*, inclusive, para basicamente o exercício inteiro de 2026, a observar, é claro, o desempenho do mercado de crédito futuro, que pode alterar esse posicionamento ou não.

Aí falando um pouco das nossas fontes de *funding*, no gráfico circular do lado esquerdo, 85% são canais próprios, isso é uma característica e uma fortaleza do Banco, aonde os próprios clientes INSS provêm uma base bastante pulverizada, de 16%, do nosso passivo, outros clientes, pessoa física e pessoa jurídica, respondem por 44%, a nossa tesouraria, tipicamente em operações bilaterais com outras instituições, por 26%, as plataformas representam apenas 4%, então o Banco não possui nenhuma dependência de plataformas de investimento, em que pese estar presente na grande maioria delas, e as operações estruturadas, que eu acabo de referir, encerrando o ano com 11%.

O Banco encerrou o ano com um caixa superior a R\$ 9,6 bilhões, isso por conta das operações que eu acabei de referir, que tiveram a sua liquidação no final do ano, e é isso que explica esse nível de liquidez de curto prazo (o LCR) de 4,2x o mínimo requerido pelo Banco Central para os bancos S1. Nós calculamos esses índices como uma melhor prática. E o *funding* de longo prazo (o *net stable funding ratio*) num nível de 136%, portanto, um nível bastante folgado comparável aos grandes bancos universais do país.

Falando um pouco agora de capital – e aqui nós fazíamos, é importante destacar, algumas recomposições por conta do aumento de capital já ocorrido e concluído na semana passada, conforme divulgado em fato relevante, então percebam os senhores que temos, no gráfico de barras do lado esquerdo, os índices calculados conforme as demonstrações contábeis, demonstrações contábeis essas que também referem o fato subsequente, que foi a conclusão do aumento de capital, e, por essa razão, tomamos a liberdade aqui de recompor os índices de capitalização do Banco com o aumento de capital concluído, de R\$ 498,5 milhões.

Então, observem, no gráfico de barras do lado esquerdo, que, basicamente, conforme falado no fato relevante de 23 de dezembro e posteriormente na conferência com o mercado no dia 26, se concretizou o que nós projetamos, ou seja, o Banco recompõe, na sua integralidade, o seu Índice de Basileia, o seu índice de capital Nível 1, mantendo, portanto, todas as condições de seguir executando a sua trajetória de expansão, a sua trajetória de crescimento, de ganho de participação no mercado, que têm sido a tônica não só dos últimos trimestres, mas dos últimos exercícios.

O Índice de Basileia, nós fazemos ali, na parte superior à direita da sua tela, também aqui uma recomposição. É importante frisar que o impacto da transação tributária, está ali naquela coluna no meio, de menos 2,5 p.p. de ajustes prudenciais, então ele está inserido ali. Os demais efeitos são aqui, basicamente, autoexplicativos, e temos ali depois o efeito do aumento de capital, no lado direito, portanto, recompondo o Banco para um Índice de Basileia bastante saudável, bastante robusto, de 16,2%, e um capital Nível 1, já recomposto com o aumento de capital, perto dos 14%, 13,8%.

Recomposto o capital, eu sempre gosto de apresentar essa tela, que ela mostra a dinâmica trimestre após trimestre do Banco na sua capacidade de capturar ganhos de escala, ganhos de eficiência operacional, capturando economias de escala.

Então, a linha branca, que é o nosso *top-line*, a soma de todas as receitas do Banco, crescendo numa inclinação bastante mais aguda do que as despesas, que são a linha azul

clara, ou mesmo o custo de *funding* – lembrando que nós tivemos aqui um período de crescimento das taxas de juros, pressionando o custo de *funding*.

De toda sorte, o Banco abrindo cada vez mais uma margem de resultado operacional recorrente, o que nos leva aos níveis de margem que o Banco vem entregando de retorno, que eu detalho nas próximas duas telas.

Primeiro, falando da margem financeira líquida, quem nos acompanhou nos últimos trimestres, particularmente no último, vai lembrar que eu comentava que o nível de 17,5% deveria ter ali uma estabilização, podendo até mesmo melhorar a depender do mix da carteira de crédito. Com uma maior participação do consignado privado, que possui uma margem mais alta, e também com a redução da antecipação de saque-aniversário FGTS, que possui uma NIM mais baixa, embora uma inadimplência praticamente zero, a NIM (que aqui é calculada antes do *cost of risk*, ela acabou apresentando uma elevação de quase 1 p.p. no 4T25 em relação ao trimestre imediatamente anterior, muito por conta desses efeitos mix, que eu acabo de destacar para os senhores.

O crédito pessoal também ajudou nesse processo, vocês viram que ele teve um crescimento na carteira um pouquinho mais pronunciado, então a explicação dessa NIM se dá, dado que o custo de captação, a taxa de juros básica se manteve estável, por uma mudança que, na perspectiva de NIM, é positiva. Nós já vimos o efeito disso na inadimplência, no Over 90 e na provisão, mas esses dois efeitos combinados, eles vão, como apresentaremos na próxima tela, permitir que o Banco siga entregando seus níveis de retorno entre os melhores patamares do mercado.

Mas, antes disso, eu gostaria de destacar ainda a composição de NII com RPS atingindo um nível recorde de R\$ 1,667 bilhão, o que é um nível recorde na história do Banco, com uma participação também recorde da receita de prestação de serviços, compondo R\$ 311 milhões do 1,667, o que é o maior patamar, tanto em termos absolutos quanto relativos obtidos, na história do Banco – lembrando que o Banco cresce o seu NII a uma taxa bastante elevada, então não é algo fácil de acontecer. Então, destaques importantes aqui também no trimestre e no ano.

Por fim, gostaria de falar, então, do ROAA e do ROAE. Aqui, tomando a liberdade de recompor com os efeitos da transação tributária, já bastante bem explicados aqui anteriormente, então o ROAE recorrente do Banco encerra o ano em 3,3%, uma variação na margem em relação aos 3,4% observados no trimestre anterior e nos trimestres anteriores, basicamente, e isso, dado um nível de alavancagem um pouquinho mais alto nesse 4T por conta também do nível de caixa bastante elevado com que encerramos o ano, nos levando a um ROAE de 43,5%, ligeiramente abaixo aos 45%, também por ter um nível de caixa mais elevado, observado no 3T. Ainda assim, muito possivelmente um dos melhores (se não o melhor) ROAE da indústria financeira no país.

Com isso, então, encerro a minha participação e devolvo a condução para o Leonardo Ferraz para a nossa sessão de perguntas e respostas. Leo, por favor.

Sessão de Perguntas e Respostas

Leonardo Ferraz: Muito obrigado, Paulino. E vamos começar agora a nossa sessão de perguntas e respostas.

Bom, nós recebemos algumas perguntas. Eu vou começar falando sobre o consignado privado:

“Bom dia, Gustavo, Paulino e Leonardo. Bom dia a todos. Obrigado pelo espaço para perguntas e parabéns pelos resultados.

Essa primeira pergunta é em relação ao produto consignado ao privado, que começa a ganhar relevância na carteira de vocês. Gostaria de entender qual a expectativa de participação do Mercantil nesse mercado, quais os economics que enxergam para o produto, principalmente pensando em tamanho do portfólio, spreads e custo de risco.

Essa pergunta vai no sentido de tentar entender o quão agressivos querem ser nesse novo produto, quais as principais abordagens que vão traçar em termos de clusters de clientes, canais, e qual estratégia que estão adotando para terem conforto em avançar nessa linha e como isso deveria se traduzir em termos de NIM e custo de risco?”

Gustavo Araújo: Obrigado pela pergunta. Começando aqui pelo conforto, o Mercantil estudou bastante, durante algum tempo, a parte operacional, que tem sua complexidade, precisa evoluir, e a parte de crédito para nós agora, então, seguirmos ocupando esse *share* que acreditamos que vai ocupar no futuro, que tivemos um sucesso, por exemplo, no FGTS. Então, eu vou abordar um pouco os *economics* para depois falar da ambição do Banco em relação a *share*.

Então, em relação aos *economics*, a primeira resposta: achamos que é muito positivo. Hoje, como produto novo, é um produto que traz uma simetria de retorno importante quando entendemos a questão do tamanho de mercado, das taxas que estão sendo praticadas e da perda esperada num arranjo colateralizado.

Então, estamos bem animados, como todo início aqui de produto, com um mercado muito grande, conseguimos *cherry pick* no crédito, escolher os melhores *clusters* e os melhores grupos para que tenhamos um retorno assimétrico, que ajuda a diversificar a nossa estratégia, ajuda a crescer o Banco.

Como se dá essa adição econômica positiva no nosso portfólio? De maneiras um pouco diferentes do que estamos hoje acostumados. Então, pegando, por exemplo, a carteira de antecipação de saque-aniversário de FGTS, por que eu estou começando com ela? Porque ela é uma *proxy* importante do *fair share* do Mercantil e do que nós já fizemos no passado. Essa carteira, com mudanças regulatórias, ela tende a diminuir, mas é o mesmo público que conseguimos vender o consignado privado.

Então, só nessa troca aqui, o que vamos observar? Um produto que tinha a taxa muito menor, portanto, a NIM muito menor, a NIM antes de risco, a NIM bruta, que é a que divulgamos, e trocar para um produto que tenha a NIM muito maior, mas tenha um custo de risco maior, principalmente nesse início, onde temos de entender, principalmente, aspectos operacionais.

Então, o que podemos ver só nesse balanço é o aumento na margem da NIM do Banco em relação a essa troca de mix, mas também um aumento direcional de Over 90 por mix e também do custo de crédito. Quando observamos o custo de crédito em relação a essa dinâmica, temos que entender outros aspectos no tempo, essa perda esperada para um produto hoje novo – ainda que ele tenha no mercado aí vai fazer quase um ano, mas para o Mercantil tivemos o conforto de acelerar agora, principalmente no último trimestre –, essa perda esperada vem através do custo de risco de crédito de uma maneira acelerada, enquanto o *accrual* dos juros vai acumulando ao longo dos períodos.

Então, é uma dinâmica interessante que vamos observando, mas que adiciona muito valor na medida em que temos, na margem, um aumento de NIM maior do que esse custo de crédito quando observamos a vida dessa operação. Então, essencialmente, acreditamos

muito como uma alavanca de diversificação para o Banco Mercantil, para outros *players* também.

E quando observamos o tamanho que o Banco pode chegar nisso – só para darmos um exemplo e conforme tivermos conforto aqui nas políticas e modelagens de crédito –, no FGTS, chegamos até 15% do mercado. Não estamos falando que vamos ter 15% desse produto, é apenas uma *proxy* lá atrás. Hoje, o Mercantil roda 4, 5, 6% desde que entrou da originação média de mercado e nós ainda estamos entendendo quais os *clusters*, segmentos, clientes, empresas, qual o tamanho, qual o *turnover*, para que possamos calibrar nossos modelos para crescer de uma forma que adicione valor para o portfólio.

Só dar um exemplo rápido dessa complexidade operacional do produto: como temos a averbação, escrituração e repasse, basicamente temos 90 dias até receber a primeira PMT de um cliente. Então, um cliente que troca o vínculo empregatício, ele pode estar empregado com o vínculo ativo, a empresa dele ter escriturado e estar pagando a guia de FGTS em dia, ou seja, adimplente, mesmo assim, esse cliente, quando ele troca para o Banco que emprestou, ele vai ficar 90 dias sem pagar uma parcela, só numa troca de vínculo. Então, tem vários aspectos e isso aqui vai virar um Over 90.

Então, tem vários aspectos operacionais de fácil solução, tem discussões importantes sobre a adição da garantia do FGTS na multa rescisória, achamos que é um mercado muito interessante e entendemos que consegue, nos canais digitais, com a nossa esteira antifraude, que nós já conhecemos, o aplicativo WhatsApp, um espaço importante, mas calibrando, como aqui já é do costume do Mercantil, risco-retorno na sua decisão de alocação de mix e de portfólio.

Leonardo Ferraz: Obrigado, Gustavo. Bom, a próxima pergunta é em relação ao nosso RPS:

“Qual é a estratégia e como pensam o crescimento de seguros e assistências para os próximos anos? Qual é o principal valor percebido pelos clientes em termos de produtos oferecidos? E o quanto essa linha pode representar da refeita total olhando para a frente?”

Gustavo Araújo: É um dos pilares importantes da nossa estratégia. Nós falamos um pouco do Meu+, construímos na apresentação de entender o que deveria estar no Meu+, entendendo as principais preocupações do cliente. Hoje achamos que já está com uma proposta de valor bastante robusta para escalar. Então, estamos aí com vários elementos, várias assistências, vários descontos, num serviço de *subscription*, que o cliente observa muito o valor (num desconto em farmácia, num desconto numa consulta médica, num desconto numa consulta odontológica) e todo o ecossistema que vimos criando em volta aqui desse ecossistema.

E nós só estamos no começo. Se não me engano, esse é um produto que temos um CAGR de 70%, tem um espaço importante para crescer na base de clientes, estávamos testando e maturando preços e produtos, utilização, engajamento, redução de *churn*. Então, estamos bem satisfeitos agora com a maturidade. Não que não tenha espaço para colocar novos produtos, novas tecnologias, novas funcionalidades, novos aprimoramentos no Super App consolidador disso tudo (que sai agora na sequência), mas estamos bem animados para vender isso aqui dentro da base de clientes do Mercantil, de 10 milhões de clientes, e também para novos clientes que possam ser adquiridos através dessa proposta de valor.

Leonardo Ferraz: *“Bom, vocês esperam alguma pressão no cap do consignado INSS olhando pra frente? E, pensando nos leilões, por mais que o preço médio tenha caído, enxergamos um número maior de participantes, players mais agressivos e a discussão da entrada de players digitais.”*

Além disso, enxergamos um ambiente competitivo também mais acirrado em termos de portabilidade. Neste sentido, vocês entendem que o produto conseguirá manter a sua sustentabilidade e rentabilidade olhando para frente?”

Gustavo Araújo: Bom, eu vou começar brevemente de leilão e o Paulino me ajuda aqui com o *spread* do consignado, dando só um pequeno início aqui nessa questão.

Mas em relação aos leilões, de forma muito clara, tivemos muitos participantes entrando, isso já é recorrente não só nesse último leilão, mas a cada leilão temos mais participantes. O que observamos, na prática, é que grande parte desses participantes estão comprando a opcionalidade de um dia poder pagar benefícios previdenciários. Grande parte não está executando esses pagamentos.

E aí lembrando que para pagar um benefício você precisa de cumprir os requisitos do edital do INSS, principalmente também em relação à presença física, à conformidade de agências, então tem uma série de complexidades que o Mercantil já tem uma maturidade estratégica muito importante, por isso é um pagador fundamental.

Então, a competição é e sempre será bastante acirrada, mas conseguimos executar muito bem o leilão e também executar aquele nosso direito de tomar *share* da concorrência. Então, pelos dois fatores, vimos crescendo cada vez mais. Então, pelo contrário, vimos conseguindo ser mais competitivos que a concorrência, crescendo mais que a concorrência e tomando *share* da concorrência ao invés do contrário, de a concorrência estar cada vez mais agressiva.

Então, em relação ao pagamento de benefícios, o Banco tem crescido cada vez mais, está cada vez mais bem posicionado e tudo isso que vimos montando vem trazendo essa aceleração frente à concorrência de uma forma positiva.

Em relação às margens do consignado, já passando aqui a palavra para o Paulino, elas estão em mínimas históricas. Então, acreditamos, pelo contrário, que deveria ter um espaço estrutural, por exemplo, com queda de SELIC sem repasse de *cap* para abrir essas margens. Lembrando que a originação está aí, 60%, é menor do que a média histórica e ainda assim o Banco conseguiu crescer 4x o mercado. Então, tudo isso mostra que estamos super bem posicionados para essa competição que já é inerente aqui do mercado.

Então, em relação a *caps* e SELIC e ALM talvez.

Paulino Rodrigues: Acho que você já colocou bem, Gustavo, eu só complementar com relação, acho que ele perguntou, a respeito de portabilidade, que nesse cenário, extremamente competitivo, com os *spreads* muito apertados que temos visto já há uns dois anos mais ou menos, o que nós deveríamos ver mais para frente, num cenário de afrouxamento monetário, é uma recomposição dessa margem e há também a discussão ainda ocorrendo a respeito de uma metodologia melhor estabelecida, digamos assim, para o estabelecimento desse *cap*, que também deveria tornar mais saudáveis as margens do produto.

Então, acho que esse é o cenário de fundo aqui do consignado INSS, que é um produto fundamental na nossa estratégia para a retenção do cliente, mas que convive já com margens muito apertadas há pelo menos dois anos.

Leonardo Ferraz: *“Em relação aos comentários do Paulino sobre o aumento nos níveis de inadimplência, qual seria o perfil de risco do consignado privado comparado ao INSS e como o Banco está calibrando sua política de crédito?”*

Com o aumento da participação nesse mercado, devemos esperar uma deterioração nos níveis de inadimplência?”

Paulino Rodrigues: Bom, posso falar essa aqui? Então, a dinâmica – eu acho que eu falei um pouco sobre isso durante a apresentação –, o consignado privado possui uma característica – que até o Gustavo comentou aqui –, os processos de escrituração, que é o primeiro, depois o recolhimento da guia do FGTS, para que tenhamos o recebimento das parcelas. Isso tem um ciclo no tempo e, naturalmente, que essa mecânica operacional faz com que tenhamos, dada a metodologia preconizada de perda esperada pela 4966 e considerando que o produto ainda é um produto relativamente jovem, mais ainda no caso do Mercantil, que começou a operá-lo no 2S do ano passado, nós já vimos, nesse 4T, e hoje divulgado, e a tendência é que nós vejamos, sim, na medida que o consignado privado ganha participação no mix, um aumento no nosso custo de risco, seja Over 90, PDD.

Isso deve acontecer, mas isso, como também já foi falado, tem que ser compensado por um NIM mais alta. De tal sorte que os níveis de retorno do Banco, pensando, então, em termos de ROAE e de ROE, eles permaneçam nos patamares em que se encontram. Mas vamos ter que, sim, para operar esse produto, dadas suas características, aprender a conviver com essa nova dinâmica.

Então, eu acho que, dentro do que podemos falar aqui, sem dar *guidance*, é a perspectiva que temos para os próximos trimestres. Claro que vai depender da velocidade de crescimento do produto, é um produto novo, então não é um produto que conheçamos tão bem, mas nós vimos já nos dados divulgados, em janeiro, pelo Banco Central, a originação mensal recorde do produto. Então, entendemos aqui que há um potencial, conforme apresentado pelo Gustavo, para crescimento de mercado e para que nós capturemos um *fair share*, digamos assim, que nos permita crescer o produto, mas a dinâmica de balanço – claro que monitoramos isso continuamente para garantir os níveis de retorno esperados pelos acionistas – que isso transcorra e seja uma boa alavanca de crescimento ao longo de 2026.

Leonardo Ferraz: *“Olá. Senhores, como vocês veem a possibilidade de evolução no modelo de concessão do INSS para algo mais eletrônico ou até um leilão, como foi sugerido pela imprensa?”*

Gustavo Araújo: Fundamentalmente, acredito que todas as mudanças que vimos passando e vivendo em relação a formas de cobrança, formas de contratação dos produtos de INSS, acredito que elas são positivas para a indústria.

Como eu já havia comentado, o Mercantil já faz a biometria facial desde 2019, agora passou a ser uma regra sistêmica. A forma que foi implementada, que são com bases seguras do governo federal, portanto, bases cadastrais biométricas do TSE, nós ainda precisamos evoluir, mas todas essas mudanças são no sentido de melhorar aspectos da indústria, aspectos concorrenciais. Então, ainda que tenha, nesse período, essa queda observada na originação, pela complexidade de contratação, até por ser novo, achamos que no longo prazo isso vai melhorar transparência e competitividade.

Em relação ao portal de leilão de taxas, vai na mesma direção. Acredito que é transparente que o cliente possa entrar num portal, como é hoje na CTPS, e observar o banco que tem a melhor proposta de valor em prazo, taxa, condições, parcelas, então ele consegue comparar as ofertas nesse portal que está sendo estudado.

O que observamos aqui no Banco é, esse produto de consignado e portabilidade consignado do INSS, primeiro, ele já foi regulado desde 2003, tínhamos 93 jogadores, agora 63, então, temos bancos digitais, financeiras, bancos incumbentes, bancos de nicho, então é um produto

já muito disputado, e essa disputa muitas vezes já é através, por exemplo, da taxa, que é esse mercado de portabilidade, já bem regulado, que passa pela CIP, que tem os dias para defesa para oferecermos uma proposta melhor.

Então, não estamos vendo preocupação hoje dessa listagem para que o cliente escolha a sua melhor taxa. Nós acreditamos que isso é importante para o cliente, mas observamos isso num contexto de proposta de valor, onde o cliente tem que escolher o melhor canal, físico ou digital, o banco que ele tenha mais afinidade com a marca, no nosso caso aqui, um Banco de 80 anos, e de entender não só a oferta do consignado, da portabilidade, mas todo o *cross-sell*, a transferência de benefício, a principalidade do domicílio bancário, e hoje o Mercantil é um dos poucos bancos com acesso a todos esses benefícios previdenciários, ou seja, consegue fazer uma proposta para que o cliente traga a principalidade, traga o seu relacionamento, e acaba funcionando, se legislado daqui para frente, regulamentado, também como uma nova forma de aquisição de *leads* e de clientes.

Então, acho que todas essas mudanças vão ser bem positivas e benéficas e para nós, que estamos preparados, focados, estudamos isso, tentamos entender os impactos e, o principal, ser mais rápidos, mais efetivos e termos uma proposta mais interessante na perspectiva do cliente que a concorrência.

Leonardo Ferraz: Bom, pessoal, nós já vamos caminhando para o final da apresentação. Vou fazer uma última aqui relacionada ao privado:

“Como estão as tratativas para a adoção da FGTS e multa rescisória no consignado privado? E como essa medida altera o retorno ajustado ao risco do produto?”

Gustavo Araújo: Em relação ao cronograma divulgado pela Dataprev, o pedido e o que foi divulgado é que essas duas medidas entrariam em vigor, parece-me que, ao final de abril. Isso já vem sendo discutido há bastante tempo pelas associações de classe, mudaria bastante a dinâmica do produto, mudaria o que chamamos, na metodologia 4.966, de *loss given default*. Então, conseguimos, dado que esse cliente perde o vínculo empregatício, uma parcela importante para amortizar o saldo devedor. Então, estamos acreditando que é uma medida que vai mudar bastante.

Lembrando que a Dataprev é a mesma que faz todas essas mudanças para o produto considerado do INSS. Então, nós também entendemos que tem aí a questão da capacidade mesmo de entregar projetos do mesmo órgão, entendemos bastante bem a complexidade, até da banda de comunicação de *rate limit* que temos com a própria Dataprev – que é o mesmo para os dois produtos, usamos os mesmos dutos de comunicação –, mas esperamos que saia, estamos apostando que saia e seria bom para a indústria como um todo, seria excelente para a compressão de *spreads* para aumentar a competição, a competitividade, mas estamos preparados também para, caso isso não aconteça agora, que o produto tenha, ainda assim, *economics* favoráveis. Então, basicamente, são essas as nossas expectativas.

Só um ponto fundamental, justamente por o Mercantil entender bastante de todas essas questões da Dataprev, averbação, *rate limit*, repasse, que é todo um *skill* de quem entende do consignado de INSS, nós também achamos que conseguimos, operacionalmente, ter vantagens assimétricas no consignado privado. Então, é uma correlação que parece pequena, mas é importante entendermos como funciona o arranjo tecnológico dos repasses de consignação.

Leonardo Ferraz: Bom, nós vamos caminhando para o fechamento da nossa apresentação. Eu gostaria de lembrar que as perguntas que foram recebidas e eventualmente não tenham sido respondidas durante a sessão de hoje, serão respondidas diretamente pela área de

Relações com Investidores. Para qualquer dúvida adicional, fiquem à vontade para entrar em contato conosco pelos canais que estarão disponíveis aqui na tela.

Por fim, agradecer ao Gustavo e ao Paulino pela apresentação e gostaria de desejar a todos que nos acompanham um excelente dia!