

## **Josias de Matos:**

Bom dia a todos, sejam muito bem-vindos à transmissão de resultados do Banco Mercantil referente ao 1T25. Meu nome é Josias, represento aqui a área de Relações com Investidores e agradeço a presença de todos conectados nesta manhã.

Participam hoje conosco Gustavo Araújo, CEO do Banco, e Paulino Rodrigues, o nosso CFO, que vão compartilhar os principais destaques e números referentes ao 1º Trimestre.

Antes de começar, gostaria de lembrá-los que esta transmissão está sendo gravada e estará disponível no nosso site de Relações com Investidores, assim como a sua transcrição. O material de apoio utilizado aqui hoje também já está disponível para download no nosso site. E ao final teremos uma sessão de perguntas e respostas.

As perguntas podem ser enviadas a qualquer momento, seja por meio da aba de Q&A localizada na parte inferior da tela ou pelo nosso WhatsApp, utilizando o QR Code que também será exibido ao longo da apresentação.

Então, para dar início, passo a palavra ao Gustavo Araújo, CEO do Banco Mercantil. Gustavo.

## **Gustavo Araújo:**

Obrigado, Josias. Muito bom dia a todos. Anunciamos hoje os resultados do Banco Mercantil do 1T25. Resultados, mais uma vez, sólidos, consistentes. Atingimos R\$241 milhões, chegando ao ROAE de 46%, sendo o décimo resultado trimestral recorde em sequência.

A nossa originação do INSS foi 78% acima do 1T do ano anterior, explicado por uma estratégia de distribuição própria, que serve o cliente no melhor canal da sua conveniência. Então, no físico nós expandimos para 24 novas cidades e 5 estados. E no digital seguimos trabalhando forte para levar cada vez mais comodidade e simplicidade para esse cliente, aonde quer que ele esteja.

Então, essa forte combinação dos canais físicos e digitais nos levou a essa originação de consignado do INSS, que chegou a 4,3 bilhões no trimestre, que representa mais de 16% do *share* de mercado. Tudo isso levou a carteira de crédito a atingir R\$19 bilhões, um crescimento de 27% quando comparado com o mesmo período do ano anterior, em um CAGR de 25% já há alguns anos de observação. Um CAGR bastante acima da média do mercado.

Nós crescemos, em média, o dobro do mercado e, quando nós olhamos para os nossos indicadores de inadimplência, esses são a metade do mercado. Então, se nós pegarmos recursos livres, pessoas físicas, está perdendo em torno de 4,4, a nossa inadimplência *Over 90* foi 2,2. Então, nós crescemos o dobro do mercado, com a perda, a metade.

Essa é a qualidade do crescimento do Banco Mercantil. E essa carteira de qualidade, que é, sem dúvida nenhuma, o nosso principal motor de resultados, impulsionou o lucro do Banco, que saltou no período de 165 milhões para 241 milhões. Então, um crescimento de 46% no período.

Então, mesmo com todas as complexidades macroeconômicas dos últimos períodos, registramos aqui, pelo menos nessas últimas seis observações, retornos acima de 30%. Ou seja, para nós aqui é mais que 2x o custo de capital do Banco, chegando agora a 46,4% nos últimos 12 meses.

Então, vamos falar como que esse resultado se dá. Vamos tentar explicá-lo também através dos nossos canais de distribuição. Quando nós olhamos para a nossa presença física, expandimos no trimestre mais 24 cidades, com 25 novos pontos de atendimento em cinco novos estados, que é um

grande diferencial da estratégia do Banco Mercantil, que une a nossa placa de mais de 80 anos de história em cidades-chave com esse atendimento humanizado.

Nós conseguimos escolher essas cidades estrategicamente posicionadas para aumentar a nossa participação e o nosso *share*. Mas com o *footprint* muito mais eficiente, quando comparado com a concorrência, devido principalmente, claro, à força da marca, mas também à nossa estratégia digital, toda desenhada para impulsionar toda essa estratégia física.

Então, um dos principais diferenciais competitivos do Banco Mercantil, nós estamos falando aqui de mais 3/4 da nossa originação de contratos, se dá por canais digitais. Então, *end-to-end* digital. Mais ou menos metade disso, 39%, se dá através do WhatsApp, e a outra metade, 39%, através do aplicativo do Banco, que é desenhado para esse público 50+.

E o que significa essa estratégia digital, toda essa penetração, essa contratação digital? Pelo lado do cliente mais comodidade, mais conveniência, e pelo lado do Banco, o que nós chamamos de custo marginal de distribuição zero.

Então, um mercado cujas margens estão tão apertadas, é fundamental nós termos o menor custo de distribuição possível para crescer e crescer rentável. E claro, nós conseguimos crescer, aumentar o *lifetime value* desse cliente e também crescer a base de clientes, que já chega a mais de 9 milhões de clientes.

Então, resumindo tudo o que nós vimos aqui. Lucro líquido, 241 milhões no período, crescimento de 46%. Impulsionado por uma carteira de crédito que chegou a 19 bilhões, o crescimento de 27%. Impulsionada por uma originação trimestral recorde de 5,2 bilhões, um crescimento de 54%.

Com destaque para a carteira de consignado de 12,1 bilhões, que cresceu 42% no período. E com muita qualidade, a inadimplência 2,2, com queda de 0,4p.p. quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Então, como eu falei, o Banco vem, trimestre após trimestre, crescendo o dobro do mercado ou mais, e tendo a perda aí a metade ou menos da metade do mercado.

E o outro ponto de super destaque é a nossa receita de prestação de serviços, que atingiu R\$203 milhões, um crescimento de 27% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, ou seja, proporcional ao mesmo número aqui ao crescimento da carteira de crédito.

Então, são produtos de assinatura, produtos recorrentes, uma receita saudável, que não aloca capital, vai direto para o *bottom line*, e, principalmente, aumenta a fidelidade do cliente, reduz o *churn* desse cliente. E tudo isso somado leva, então, a esse ROAE de 46,4%, com níveis de capitalização bastante adequados e folgados de 16,4%, com uma pequena queda aqui, também muito explicada pelas novas mudanças da metodologia 4.966, que vamos ver agora na sequência.

Bom, então, para dissecar cada um desses números, vamos chamar aqui no palco o nosso CFO, Paulino Rodrigues. Muito bom dia.

### **Paulino Rodrigues:**

Bom dia, Gustavo. E bom dia também a todos os que nos acompanham nessa divulgação de resultados do Banco Mercantil referente ao 1T25. Vamos, então, dissecar um pouco mais os números, neste que foi mais um trimestre de uma execução de excelente qualidade do Banco.

Começando pela nossa carteira de crédito, que atingiu, ao final de março, o patamar recorde de R\$19 bilhões, um crescimento de praticamente R\$2 bilhões em relação ao trimestre anterior e um crescimento de 27% em relação ao mesmo período do ano anterior. Crescimento esse que equivale,

como apresentado do lado direito da sua tela, a 2,4x o crescimento de mercado, que foi um crescimento de 11,3%. E aqui estou falando dos recursos livres, pessoa física, nos dados do Sistema Financeiro Nacional.

O principal motor para esse crescimento foi o crescimento da nossa carteira de consignado, formada maciçamente por consignado INSS, que atingiu R\$12,1 bilhões, o que representa um crescimento de 42% em um período em que o crescimento de mercado foi de 10,8%.

Portanto, o crescimento do Banco foi praticamente 4x o crescimento de mercado, especificamente na carteira de consignado INSS, o que é o que determina o crescimento, já mencionado anteriormente pelo Gustavo, da participação de mercado do Banco na originação de crédito consignado INSS, algo que falaremos um pouco mais adiante.

O segundo destaque importante foi a originação da carteira de crédito pessoal não consignado, que atingiu um saldo, ao final de março, de R\$2,6 bilhões. É uma carteira que tem uma característica complementar à renda do nosso cliente. Então ela atende o cliente e, ao mesmo tempo, é uma carteira que possui *spreads* mais interessantes para o Banco.

As demais carteiras andaram praticamente de lado ao longo do período. São os casos da carteira PJ, da carteira de antecipação de saque aniversário FGTS e de outras carteiras de crédito que nós possuímos.

Então, como se deu esse crescimento? Falando um pouco da originação, no gráfico do lado esquerdo da sua tela, uma originação recorde para o Banco Mercantil, atingindo mais de R\$5 bilhões, praticamente R\$5,2 bilhões neste 1T25, puxado, como eu já referi, pelo crédito consignado INSS.

Cabe destacar que tivemos alguns acontecimentos, ao longo desse 1T, que ajudaram nesse volume robusto de originação. Dentre eles, tivemos o que costuma acontecer sazonalmente nesse período, o aumento do salário mínimo. Isso, por que é importante? Porque aumenta a margem consignável dos clientes, permitindo, portanto, que os clientes tomem novas operações ou operações adicionais em cima desse limite consignável ampliado.

Tivemos ainda, no mês de fevereiro, o aumento do prazo máximo das operações de crédito consignado INSS de 84 para 96 meses, fazendo com que aqui, pelo aumento do prazo, mantida constante a taxa, o principal que o cliente pode levar também aumenta. Então, isso permitiu uma aceleração na originação do consignado.

E tivemos também alguns fatores que foram importantes para que nós pudéssemos também ampliar a oferta. Principalmente, os dois aumentos de teto, em que pese o último ter acontecido no final de março, então, portanto, não produziu efeito sobre esse 1T25. Mas o primeiro deles, de 1,66 para 1,80, se deu no dia 9 de janeiro, e aí, portanto, deu tempo de que nós trabalhássemos essa carteira já na nova taxa teto de 1,80%.

Então, todos esses movimentos combinados, é claro que tudo isso que eu falei vale para o Banco Mercantil e vale para o mercado como um todo. Nós tivemos uma execução extremamente boa nesse período, e o gráfico do lado direito ilustra isso, onde vemos a participação de mercado na originação do Banco atingindo um patamar recorde de 16,2% de todo consignado originado no Brasil neste 1T25. Lembrando que a originação total de consignado nesse período foi de 26,7 bilhões, o Banco Mercantil ficando com 4,3 bilhões desse total.

Nas demais carteiras, eu destacaria ainda, como fiz há pouco, a carteira de crédito pessoal, que também obteve no 1T25 uma originação recorde, atingindo R\$678 milhões. E as demais carteiras com uma contribuição marginal.

Lembrando ainda, como ilustramos aqui no lado direito da sua tela, que 100% da originação de crédito consignado do Mercantil é feita através de canais próprios, e também, como o Gustavo comentou anteriormente, que o digital responde cada vez mais pela originação do Banco, tendo atingido, no caso do consignado, 74,4% nesse 1T. Anteriormente, foi referido um outro número de 78%, que diz respeito à originação do crédito como um todo.

Essa carteira, como já foi mencionado, é uma carteira de qualidade. O Banco vem apresentando, trimestre após trimestre, uma gestão do risco de crédito bastante apurada, em que pese termos observado neste 1T25 uma flutuação, mas ainda assim, dentro de parâmetros que nós consideramos razoáveis para o perfil da nossa carteira.

Cabe destacar ainda, que nós vimos nesse 1T25 uma piora nos indicadores de mercado de maneira geral, algo ilustrado no gráfico, no lado esquerdo da sua tela, onde a linha branca indica o total pessoa física e jurídica do Sistema Financeiro Nacional recursos livres, e a linha escura, mais acima, é a linha específica para pessoas físicas, também recursos livres na série do SFN.

Então, observa-se ali um aumento em todas as linhas que compõem esse indicador, mas eu destacaria aqui algumas linhas em particular, principalmente o crédito pessoal não consignado, em que a inadimplência de mercado passou de 5,9% ao final do ano passado, para 6,7% ao final de março deste ano. Então, um aumento bastante expressivo aqui, de 80 pontos base.

Destacaria ainda também o crédito pessoal consignado privado, aumentou de 7,9% para 9,1% nesse mesmo período, ao passo que também cabe destacar o crédito consignado INSS, que é a nossa principal carteira, como se sabe, e esse ficou basicamente estável, indo de 1,6% para 1,5%. Então, tudo isso é para ilustrar que o contexto de mercado como um todo nesse 1T foi um contexto mais duro no que diz respeito à inadimplência.

Nós também observamos, como vocês podem ver no gráfico do lado esquerdo, na linha azul mais clara, um aumento da nossa inadimplência *Over 90*, mas repetindo e frisando, dentro de parâmetros aceitáveis para o perfil da nossa carteira. Também vimos uma flutuação observável no gráfico do lado direito na inadimplência *Over 15-90*, que é um indicador antecedente do *Over 90*, passando de 1,4% para 1,7% na comparação trimestral, e tendo até uma redução na margem de 1,8% para 1,7% na comparação anual.

Com tudo isso, e aqui nós temos que também fazer um comentário a respeito da resolução 4.966, que entrou em vigência no dia 1º de janeiro deste ano, e que, com isso, nós tivemos que fazer, nós e as instituições financeiras de maneira geral, algumas mudanças buscando preservar critérios de comparabilidade.

Então, com isso, como pode ser observado do lado esquerdo, nós passamos a acompanhar aqui o resultado de PDD e quanto a PDD representa em percentual da carteira. E marcamos ali naquele gráfico também o início da vigência da resolução 4.966, que foi o princípio deste ano. Então, atingimos R\$108 milhões neste 1T25, representando, em termos anualizados, 2,3% da nossa carteira de crédito.

E passamos a apresentar também, a exemplo de outras instituições, no gráfico do lado direito, a carteira de crédito dividida pelos estágios que são determinados pela resolução 4.966, estágios 1, 2 e 3, a composição de cada um deles nos três meses que compõem esse 1T25. E um destaque importante aqui é que nós estamos falando de uma transição de um modelo por faixa de atraso,

nível de provisionamento determinado por faixa de atraso, que é o que nós aplicávamos até então, para um modelo de perda esperada, que é uma expectativa estatística.

Naturalmente que esses modelos vão ser aperfeiçoados ao longo do tempo, mas nesse primeiro momento entendemos que fomos bastante estritos na definição dos critérios de provisionamento, de tal sorte que hoje 50%, aproximadamente 50%, aqui o número está arredondado, da carteira do Banco em estágio 3, é uma carteira que hoje se encontra em dia.

Então, foi uma decisão da administração da instituição, nesse momento de transição, ser talvez um pouco mais conservador do que deveria ser necessário, mas entendemos que foi o critério mais adequado em um momento de transição. E, de novo, um modelo que ainda vai ser aperfeiçoado ao longo do tempo.

Deixando agora um pouco de lado o crédito, falando um pouco sobre a receita de prestação de serviços, um componente fundamental na receita de resultado do Banco, não somente pelo resultado, mas também porque significa um maior engajamento e, pode-se dizer, satisfação dos nossos clientes, fidelizando cada vez mais a nossa base.

Tivemos um trimestre com uma evolução bastante importante na receita de prestação de serviços, atingindo 203 milhões na receita acumulada no trimestre, o que significa um crescimento de 27% na comparação anual.

E isso vindo com uma receita de bastante qualidade, com um aumento na participação de seguros e assistências, que são produtos desenhados especificamente para a nossa base de clientes 50+, e que vêm obtendo uma penetração cada vez mais expressiva nessa base. E já respondem por mais de 71% do total da receita de prestação de serviços.

Na contramão, nós temos observado paulatinamente, trimestre após trimestre, uma dependência cada vez menor de tarifas bancárias, que atingiram 22,7%, o menor patamar no período analisado e, muito possivelmente, na história do Banco.

Então, a receita de prestação de serviços, nós sabemos, ela é muito importante, tanto pelo aspecto de fidelização já referido, como pela receita e pelo fato de não alocar capital ajudando nas métricas de rentabilidade do Banco, que nós veremos na sequência.

Falando agora um pouco do outro lado do balanço, do lado do passivo, como o Banco se financia. Nós tivemos aqui um crescimento de 1,7 bilhão no passivo, no saldo de *funding* observado na comparação trimestral. Esse crescimento foi puxado, principalmente, por uma conjunção de mercado já iniciada ano passado, onde, é bom lembrar também, o Banco obteve dois *upgrades* duplos em agosto e setembro do ano passado. Naturalmente, que isso coloca o Banco em maior evidência

E nós vimos também um fluxo bastante forte de recursos para crédito privado, começando ali por agosto e setembro do ano passado, se intensificando no último trimestre. O Banco captou em letras financeiras bilaterais, nesse período, R\$1,7 bilhão e, de novo, neste 1T25, R\$1,3 bilhão.

Isso sempre alongando prazos, alongando o prazo do passivo do Banco como um todo, portanto, ficando em um perfil mais adequado e fazendo, nós vamos falar um pouco sobre caixa na sequência, com que o Banco encerrasse o trimestre em uma posição bastante robusta de caixa, talvez até maior do que seria necessário, mas que nós soubemos nos aproveitar dessa contingência de mercado.

Então, por isso que nós observamos no gráfico que a barra azul, que é a barra onde estão as letras financeiras, é aquela que apresentou o maior crescimento na participação ao longo dos últimos trimestres, em particular ali, o 4T do ano passado, o 1T deste ano.

Lembrando ainda que uma das fortalezas do Banco é captar 87% do seu *funding* através de seus próprios canais, sejam eles, como ilustrado no gráfico do lado esquerdo: a própria base de clientes INSS, que responde por 22%; outros clientes PF, PJ e *assets*, que respondem por 46% através também de uma estrutura comercial própria; e a tesouraria, que se relaciona com tesourarias de outras instituições financeiras, respondendo por 20%. De tal sorte que as plataformas de investimento e operações estruturadas em mercados de capitais, somados, respondem por apenas 12% da captação do Banco.

Falando em nível de caixa, o Banco terminou o ano passado acima de R\$7,1 bilhões, fazendo com que o indicador de liquidez de curto prazo acompanhado pelo Banco Central, o *liquidity coverage ratio*, atingisse um patamar recorde de 3,1x, o mínimo necessário regulamentar. Portanto, o Banco encerrando o 1T25, e assim continua, com uma posição de caixa bastante reforçada, apesar da originação recorde que nós observamos.

Falando um pouco agora de capital, e aqui cabe nós falarmos com um pouco mais de detalhe, dado que nós tivemos nesse 1T25 a entrada em vigor da resolução 4.966. Lembrando que os ajustes decorrentes desse processo aconteceram diretamente no patrimônio líquido, o que explica a redução do PL, observada no gráfico de linha do lado esquerdo, atingindo R\$1,9 bilhão ao final de março.

Isso faz com que o índice de Basileia também seja impactado, e nós fazemos aqui uma reconciliação do índice de Basileia no gráfico da parte superior direita da sua tela, encerrando esse 1T25 em 16,4%, sendo que a 4.966 é responsável por uma redução de 0,9 pontos nesse indicador.

Então, isso não muda, entretanto, o fato de que o Banco continua extremamente bem capitalizado. Esse índice de Basileia de 16,4% é muito acima do 10,5%, que é o mínimo regulatório. Então, o Banco absorveu esses efeitos da 4.966 e continua com uma posição de capital bastante robusta, de forma a fazer frente ao seu contínuo crescimento observado ao longo dos últimos trimestres.

Falando um pouco aqui da perspectiva de como o Banco tem se desenrolado, em termos de crescimento, ao longo dos últimos três anos. Nós gostamos muito deste gráfico, porque ele mostra a dinâmica de crescimento das receitas em uma proporção muito maior do que as despesas ou mesmo o custo de captação, que com um cenário de rigidez monetária, ele tem feito com que o custo de captação tenha sido pressionado, com os aumentos seguidos da taxa Selic, fazendo com que aquela linha azul escura, na parte inferior do gráfico, tenha crescido continuamente.

Aqui não são dados cumulativos, são dados trimestrais. Mas nós temos buscado compensar isso, principalmente através de uma maior eficiência operacional, ilustrada na linha azul clara na parte intermediária do gráfico, que atingiu, e vejam a inclinação da curva, uma redução em relação ao 4T do ano passado, R\$762 milhões neste 1T25. Isso é muito importante à guisa de introdução para o acompanhamento das metas de retorno do Banco.

Mas antes disso, vamos falar um pouco da margem financeira líquida e dos componentes da margem financeira em termos absolutos, atingindo 1,068 bilhão, e a receita de serviços, que falamos agora há pouco, compondo também o total de receitas do Banco que atingiu R\$1,271 bilhão nesse 1T25.

Com relação à margem financeira líquida, a NIM, nós já viemos comentando há alguns trimestres que a NIM é pressionada por um cenário macro complexo, especialmente a questão de política

monetária, e também por um *spread* historicamente baixo no principal produto do Banco, que é o crédito consignado INSS.

Nós temos buscado e temos conseguido, e já vamos ver isso, compensar essa pressão na NIM de outras maneiras, de modo a preservar o retorno sobre ativo e mantida a alavancagem e o retorno sobre o capital do Banco, que vem, inclusive, em uma trajetória crescente. Entretanto, como nós já antecipávamos em conversas anteriores, o Banco já esperava uma redução na NIM, e essa redução se deve a basicamente três fatores.

Um caixa proporcionalmente maior, o que conecta com a questão das captações que eu acabei de referir. As taxas de crédito, marginalmente menores, também pressionando a NIM. E aqui tem também um efeito de mix, na medida em que o consignado INSS, que tem uma taxa mais controlada, um teto mais restrito, ele ocupa, pela nossa dinâmica de crescimento, uma fatia cada vez maior da nossa carteira.

Então, tem uma contribuição das taxas de crédito e os *spreads* historicamente baixos que eu já referi. E, obviamente, do lado da captação, o custo de captação é naturalmente relacionado ao aumento do CDI. Então, à guisa de ilustração, o CDI *Over* médio no 4T do ano passado foi 11,14%, e no 1T desse ano foi 12,95%. Apenas como forma de ilustrar essa pressão no custo da captação.

Então, são basicamente esses três fatores somados que determinam aquela redução de NIM que nós vimos, ainda assim uma NIM bastante saudável, acima de 18%, 18,4%, mas que nós observamos neste 1T25. Como comentado anteriormente, os ganhos operacionais que ilustramos a duas telas atrás, assim como uma gestão de risco de crédito bastante estrita e eficiente, tem nos permitido compensar essas variações na NIM.

De tal sorte que, conforme vocês podem observar no gráfico do lado direito, o ROAA até mesmo cresceu nesse 1T25, 10 pontos base, atingindo 3,5%, o que é um dos maiores ROAAs da indústria no Brasil. Isso multiplicado pela alavancagem nos leva ao ROAE do gráfico do lado esquerdo, que atingiu, conforme já apresentado anteriormente, 46,4% neste 1T25.

Aqui, entretanto, é importante destacar que nós tivemos, como eu mencionei há pouco, o efeito dos ajustes propiciados pela entrada da resolução 4.966. Se nós fizemos, por assim dizer, uma normalização de modo a preservar a comparabilidade desses últimos trimestres apresentados em tela, nós estaríamos falando de um ROAE de 42,2%, portanto, expurgando os efeitos da 4.966.

Ou seja, no frigar os ovos, o Banco Mercantil apresentou mais um trimestre melhorando o seu desempenho operacional, como ilustrado pelo ROAA. O crescimento bastante expressivo de 41,3% para 46,4% se deve, em grande medida, pelos ajustes propiciados pela resolução 4.966, mas mesmo retirando os efeitos desse ajuste, ainda assim o Banco apresentaria um aumento de ROAE para 42,2%, mais um incremento trimestral, a exemplo do que viemos apresentando ao longo dos últimos trimestres.

Com isso, então, encerro a minha apresentação e devolvo a palavra para o Josias, para que nós possamos passar à nossa sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado. Josias, por favor.

**Participante 1 (via webcast):**

Parabéns pelos resultados. Qual a abordagem do Banco em relação ao consignado privado? Estão operando? Acreditam que pode ser uma frente relevante de crescimento de carteira nos próximos trimestres?

**Gustavo Araújo:**

Bom, consignado privado, eu acho que, antes de mais nada, nós deveríamos olhar para o tamanho potencial do mercado. Então, vários estudos, estudos internos, indicam que esse mercado pode chegar a 20 milhões de tomadores. O ticket médio hoje está rodando na casa de 6 mil.

Ele tende a aumentar conforme o risco desse produto seja um pouco mais conhecido. Então, nós estamos falando de mais de 100 bilhões de oportunidades nesse mercado. Um mercado novo, inexplorado, que se apresenta. Então, nós acreditamos que o mercado endereçável é bastante grande.

Quando nós olhamos em uma perspectiva do Mercantil, ainda que nós tenhamos um foco um pouco maior no 50+, um foco no 50+, nós temos vários motivos para acreditar que várias das *features* que nós criamos para esse público 50+, se aplicam como vantagens competitivas para também disputar esse novo mercado de consignado privado.

Então, desde consignação de margem, que nós chamamos de averbação, até o perfil desse público ser um pouco mais digital, e com isso, nós temos nossa estratégia de antifraude, nossa estratégia de canais digitais, que para o 50+ já apresenta 78% de penetração. Para esse público, nós acreditamos que consegue ter um *share* competitivo importante devido a essas vantagens desenhadas para outro público.

Então, é uma estratégia que casa muito com o balanço do Banco, de pulverização, colateralização. E nós acreditamos que conseguimos, de certa maneira, um *share* importante desse mercado que vai ser enorme a nosso ver. Então, acho que esse, antes de mais nada, é o tamanho que nós estamos esperando.

Em relação ao momento do produto, nós temos um pouco mais de cautela. Nós estamos fazendo vários testes. O Banco já está preparado em todos os seus canais, canais digitais, já com análises das empresas, dos empregadores, com várias análises de risco da pessoa física, de limites, de taxa.

Nós estamos com toda uma estratégia para preparar o Banco para ter essa oportunidade. Só lembrando, quando o produto de antecipação do FGTS saiu, o Banco conseguiu, exatamente por essas mesmas vantagens, ter quase 15% do mercado, 3 bilhões de carteira, ou seja, nós conseguimos capturar aquela oportunidade.

Agora, vendo neste momento, nós ainda aguardamos um pouco, principalmente requisitos operacionais do produto. Por exemplo, a averbação já funciona bastante bem. Quando nós olhamos para a escrituração, nós ainda vemos alguma dificuldade dos empregadores de fazer esse processo de escrituração.

E nós ainda aguardamos também o retorno das primeiras parcelas daqueles empréstimos que nós fizemos no nosso piloto, há algum tempo atrás no lançamento do produto. Nós vamos ter essas primeiras parcelas em até 60 ou 96 dias depois da primeira contratação, pelo próprio cronograma do produto. Nós também aguardamos a homologação da garantia do FGTS, que é também uma *feature* importante do produto.

E nós acreditamos que, quando essas respostas estiverem mais estabelecidas no mercado, nós temos tudo para entender o tamanho que o Mercantil vai querer almejar desse mercado, acreditando, sim, que é um produto importante para o Brasil, para a sociedade e é uma oportunidade também aqui para o Banco. Mas sempre, claro, com essa força de execução do Banco, medindo risco e retorno e estando pronto para acelerar na hora correta, para ter aí essa nossa sequência de resultados fortes.

**Participante 2 (via webcast):**

A NIM recuou para 18,4% no trimestre depois de ter ficado bastante tempo acima de 20%. Quais os principais fatores para explicar essa queda? E como está o ALM e o *hedge* do Banco?

**Paulino Rodrigues:**

Bom, bem observado. Nós comentamos a NIM durante a apresentação. Ela, de fato, atingiu esse patamar de 18,4% nesse 1T. Eu acho que eu elenquei ali as principais razões. Eu complementaria dizendo, então, buscando de volta essas principais razões. Primeiramente o cenário monetário, o aumento da taxa Selic, algo antevisto e comentado aqui nas reuniões de resultado, reuniões com analistas em trimestres anteriores.

E a nossa estratégia sempre foi de antecipar esses efeitos, mas entender que através de outras alavancas, como a gestão de risco e também a nossa política de *hedge* e ganhos de eficiência, nós teríamos condições de manter o nível de rentabilidade ilustrado pelo ROAA, de modo que o Banco siga entregando retornos sobre o capital bastante superiores ao seu custo de capital. Algo que vem se concretizando.

Mas voltando então à pergunta especificamente sobre a NIM, os principais fatores são: um nível de caixa maior do que o usual. Então se nós olhamos uma métrica que eu até separei aqui, que é a proporção que o caixa representa dos ativos que rendem juros, ele atingiu 24,2% neste 1T25. E para efeito de comparação, no 1T do ano anterior era 17,5%.

Então isso se deveu a uma conjuntura de mercado que eu expliquei quando falei sobre a questão do *funding*, onde nos aproveitamos de um cenário de bastante liquidez para aumentar prazo e reduzir custos de captação, principalmente em operações com letras financeiras. Então esse é o primeiro aspecto.

O segundo: é natural que as taxas de crédito sofreram uma redução para baixo, até por um efeito mix na carteira, na medida em que o consignado, que é uma carteira que tem uma taxa teto e é uma taxa mais baixa, ele ganha mais participação no portfólio, e isso faz com que o portfólio como um todo acaba sofrendo na margem uma redução de taxa. Então esse é um segundo aspecto.

E por último, eu já referi, a política monetária. Então nós vimos um apertamento das taxas de juros. E isso, claro, nós temos as nossas políticas de *hedge*, temos posicionamento nos mercados de DI futuro para mitigar o descasamento estrutural do varejo brasileiro, que é a captação pós-fixada e a aplicação pré.

Entretanto, mesmo aplicando de maneira estrita essas políticas, hoje se nós formos fazer um *hedge*, não estou vendo o mercado nesse exato momento, mas para o prazo do *duration* da nossa carteira, que é algo entre dois e três anos, se nós olharmos hoje o contrato de DI futuro com vencimento em janeiro de 27, ele deve estar negociando alguma coisa acima de 14, e com vencimento em 28 um pouco abaixo de 14, ali 13,80 alguma coisa.

Então hoje você já trava essas operações em um custo mais alto do que travava há um, dois anos atrás, por conta do cenário macro. Então, isso naturalmente, que é quando nós falamos que o produto consignado está no menor *spread* de sua história, diz respeito justamente a essa dinâmica toda que nós estamos falando.

Então, nós não damos *guidance*, mas nós antecipamos essa movimentação no patamar da NIM. Nós entendemos que deva seguir inclusive por aí nos próximos trimestres, dada a previsão, enfim,

o mercado que nós atuamos e as perspectivas macro. Mas isso, é bom salientar, não deve impedir a nossa capacidade de seguir entregando níveis de retorno acima da indústria para os nossos acionistas.

**Participante 3 (via webcast):**

O crescimento da originação chamou atenção nesse trimestre, mas parecem ter havido fatores sazonais importantes. Qual a perspectiva para os próximos trimestres?

**Gustavo Araújo:**

O Paulino chegou a comentar vários desses fatores. Um deles sazonal, que é o aumento de salário, que aumenta a margem consignável do produto. E, portanto, naturalmente, todo o 1T de cada ano, para bancos que operam consignado, nós vemos, sim, um aumento importante da originação. Mas também fatores estruturais e regulatórios, como, por exemplo, o aumento do prazo máximo de 84 para 96 meses.

E, além disso, e não menos importante, quando nós observamos o aumento do teto de consignado, principalmente para 1,80, que foi o aumento que mais influenciou esse trimestre, agora já está em 1,85, com efeitos para o 2T25, nós conseguimos um efeito importante, que é ter mais apetite de risco para grupos mais arriscados.

Então, quando nós falamos de consignado, nós temos duas grandes variáveis, que é a cessação de benefícios e o atuarial de óbito. E com tetos um pouco mais normalizados, que é 1,80, 1,85, nós esperamos que tenha uma normalização ainda mais importante, nós conseguimos, finalmente, oferecer essas linhas para um público maior e, portanto, capturar uma originação maior.

Bom, mas todos esses aspectos, a sazonalidade do aumento de margem, os 96 meses e o aumento de teto, estavam disponíveis para todo o mercado. Então, sim, de um lado, nós observamos essa questão sazonal e regulatória, mas, de outro lado, quando nós observamos a comparabilidade, o crescimento relativo, o Mercantil conseguiu 16% de *share* de mercado. Ou seja, dadas as mesmas condições, nós conseguimos uma execução muito forte para ter essa originação recorde aqui no trimestre.

**Participante 4 (via webcast):**

Qual a estratégia para a expansão da rede e quão ela se relaciona com a estratégia do digital?

**Gustavo Araújo:**

Fundamentalmente, se nós compararmos as macro estratégias do Banco Mercantil contra os bancos de mercado, nós vamos observar que os bancos de mercado têm um principal fator de clusterização de clientes, a renda. Então, um cliente com 20 anos e um cliente de 80 anos com a mesma renda, normalmente são atendidos no mesmo segmento.

Quando o Mercantil se propõe a ser o Banco dos 50+, ele olha para o cliente de outra forma. Então, um fator preponderante, são modos de uso, e a idade é muito importante aqui, obviamente. E quando nós clusterizamos esses clientes, e claro que o fator idade é um fator super importante aqui para nós, nós observamos que tem clientes de determinadas faixas etárias que vão preferir um atendimento humano, um atendimento presencial.

Isso é fundamental na perspectiva de clientes. Então, esse é um ponto que faz com que ter presença física seja importante, para poder ter uma estratégia abrangente para 50+. Então, esse ponto é fundamental.

O segundo ponto: regulatório. O Mercantil tem posição de destaque em vários lotes do leilão. E para executar direito de pagamento de benefícios, nós precisamos dar, justamente por esse motivo, a conveniência do cliente, isso por força de edital o público, dele poder sacar esse recurso em um ponto de atendimento. Então, é fundamental também nós termos esses pontos aqui estrategicamente posicionados, para poder executar essa estratégia regulatória do leilão também de aquisição.

Por fim, quando nós falamos de físico, a força da marca de 80 anos nos municípios que para nós vale a pena. Quando nós olhamos número de habitantes, número de aposentados por habitantes, PIB, demografia, nós sabemos que a força da marca chegar em municípios, o cliente entende que aquele banco está ali na comunidade e na sociedade, faz com que a penetração de *share* seja muito importante.

Então, ora, um Banco que tinha uma atuação basicamente Sudeste há alguns anos atrás, chegou a ser o quinto maior, e é hoje o quinto maior pagador de benefícios, o grande desafio, a grande oportunidade do Banco foi pensar: olha, e se nós conseguíssemos expandir essa estratégia para todo o país?

E quando nós pensamos em expandir essa estratégia, de um lado nós podíamos pensar: vamos abrir milhares de lojas. Do outro lado, nós temos que ter um foco de eficiência, e é aqui que entra o digital. Então, para todos os locais onde economicamente não vale a pena nós irmos com uma loja física, nós temos o digital, que é muito forte já no Brasil inteiro. E além disso, o digital, onde nós temos a presença física, também é mais forte ainda.

Então nós conseguimos, com a união dos dois fatores, o físico para onde vale a pena para o cliente, na geografia que o Banco acha adequada, e na regulação do edital do INSS, e o digital impulsionando nesses lugares uma originação muito maior, e nos lugares onde nós não vamos, Brasil afora, todo o Brasil.

Quando nós somamos os dois fatores, 78% da originação digital e toda a expansão do Banco, nós entendemos mais ou menos para onde o Banco quer caminhar, que são esses números aí, 16% de originação de crédito consignado, é o quinto maior Banco pagador de benefícios. E nós queremos, obviamente, muito mais combinando esses dois fatores.

Um, de maior exponenciação, maior conveniência para o cliente, dependendo aqui da faixa etária, e menor custo marginal. E o outro, para cumprir aspectos regulatórios e para a conveniência da outra parte dos clientes, esse atendimento humano, que muitas vezes é necessário para esse público.

#### **Participante 5 (via webcast):**

Bom dia e parabéns pelos resultados. Com a digitalização e alavancagem operacional ocorrida nos últimos anos, qual o patamar de ROAE acreditam ser sustentável para o Banco no médio prazo?

#### **Paulino Rodrigues:**

Essa é uma boa pergunta, conecto-a com a outra sobre a NIM. Então, a nossa estratégia, e eu comentei isso antes aqui, no que diz respeito ao retorno para os acionistas, dado o perfil de risco do Banco, que é um Banco que atua em um nicho específico, diferente, por exemplo, dos bancos

universais, nós entendemos que nós temos que ter níveis de retorno acima dos bancos universais. Coisa que nós temos entregado trimestre após trimestre.

Claro que esse nível de retorno, na casa de 46% de ROAE, ou ajustando pela 4.966, 42% neste último trimestre, não é o que nós enxergamos como um ROAE, digamos assim, estacionário e de longo prazo. Nós entendemos que, dados os parâmetros hoje postos, deveria ficar em uma faixa entre 25% e 30%. É o que nós utilizamos como um ROAE estacionário e de longo prazo.

Para esse ano, de novo, nós não damos um *guidance* especificamente, mas nós entendemos que a continuidade do que nós vimos nesse 1T é algo que nós possamos esperar. Então, a NIM rodando aí nesse patamar de 18, talvez 17 alto, nesse nível, e os níveis de retorno similares ao que nós vimos nesse 1T. Aí, mais para frente, à medida que a coisa andar, nós vemos como é que o cenário avança.

Ano que vem tem eleição. Depois de 2027, primeiro ano do novo governo. Então nós vamos atualizando isso ao longo do tempo. Mas como ROAE estacionário de longo prazo, nós enxergamos 25%, 30%.

**Participante 6 (via webcast):**

Parabéns pelos resultados. Qual é o impacto esperado para os próximos anos na maior competitividade dos leilões do INSS?

**Gustavo Araújo:**

Bom, nós tivemos os pregões do leilão do INSS agora, no último outubro agora, em São Paulo. E, apesar de nós termos tido, sim, mais entrantes, no final das contas, para o Mercantil, o que nós observamos foi o preço final muito menor do que aquele preço do Mercantil há cinco anos atrás.

Então, em que pese a competitividade ter sido maior, o Banco tem uma posição de relevância ali, e essa posição não muda para os próximos cinco anos. Então nós temos uma posição de destaque em vários lotes, primeiro, segundo ou terceiro, na maioria deles, e com preço muito mais acessível para o Banco.

Então, neste aspecto, nós acreditamos que a competição já está posta. É uma competição agora com um ou dois *players* ali que, por acaso, possam estar em posições semelhantes do Banco. E nós acreditamos que para os próximos cinco anos nós teremos essa posição de destaque. Então, isso é um primeiro ponto.

E o segundo ponto: as estratégias de aquisição de clientes fora do fluxo de leilão são cada vez mais fortes, e isso muitas vezes respondido pela própria expansão física e muitas outras pela forte exponenciação digital do Banco também para a aquisição de clientes. Através de marketing e performance, toda a nossa estratégia de *branding* de também trazer esse cliente aqui para o nosso funil de conversão.

E, além de tudo, toda a nossa estratégia de produtos, para que ele possa encontrar no Banco todos os produtos da sua melhor conveniência, para poder ficar bastante tempo aqui conosco, girando o que nós chamamos de *lifetime value*. Então, fica muito tempo, *churn* mais baixo e um nível de *cross sell* bem interessante.

**Participante 7 (via webcast):**

Alguma colocação de dívida no mercado de capitais no horizonte?

**Paulino Rodrigues:**

Sim. O Banco, embora nós tenhamos, como mostramos ali, o grosso da captação feito por canais próprios, nós gostamos de estar presentes no mercado de dívida periodicamente, para ficar no radar do mercado.

Nós achamos que isso é saudável, para os analistas nos acompanharem. Então, nesse sentido, nós devemos vir ao mercado. Não posso antecipar ainda volume, formato da operação. Nós estamos, nesse instante, trabalhando nessa avaliação. Mas devemos vir ao mercado no final do 2T, começo do 3T, com uma nova estrutura.

**Josias de Matos:**

Bom, caminhando agora para o encerramento da nossa transmissão, eu queria novamente agradecer ao Gustavo, ao Paulino pelas apresentações. E aproveito para deixar um convite especial. No começo de maio, nós publicamos o nosso Relatório de Sustentabilidade referente ao ano de 2024.

Esse material reúne as principais iniciativas do Banco nas frentes ambiental, social e também de governança. Ele já está disponível no site de Relações com Investidores. Então fica aqui o convite para que todos vocês acessem e conheçam esse conteúdo.

Mais uma vez, obrigado pela presença de todos e desejo um ótimo dia.