

Marina Magalhães:

Bom dia. Obrigada por aguardarem. Sejam muito bem-vindos à teleconferência do Banco Mercantil referente aos resultados do 3T23. Meu nome é Marina Magalhães, eu sou responsável pela área de Relações com Investidores.

Estão presentes conosco hoje: Paulino Rodrigues, CFO; e Gustavo Araújo, CEO.

Esse evento está sendo gravado e será disponibilizado em nosso site de RI, assim como a sua transcrição. O material dessa apresentação já está disponível no site para download. Ao final da apresentação teremos uma sessão de perguntas e respostas, então orientamos que as perguntas sejam enviadas por meio do ícone de Q&A, na barra inferior da tela.

Com isso, para o início da nossa apresentação, eu passo a palavra para o Gustavo.

Gustavo Araújo:

Bom dia, Marina. Bom dia, Paulino. Bom dia a todos que nos acompanham. É com grande satisfação que compartilho hoje com vocês os resultados do 3T23 do Banco Mercantil. Como vocês podem observar, o nosso lucro líquido atingiu R\$102 milhões, crescendo 155% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

Isso representa um ROAE trimestral anualizado de 28,8%, um dos maiores da indústria e um ROAE dos últimos 12 meses, *last twelve months* de mais de 25%, também um dos *tops* da indústria nesta divulgação. Se fizermos um comparativo do resultado acumulado nos últimos nove meses de 2023 com o do mesmo período do ano passado, também observamos um crescimento de 100%, saindo de 135 milhões para 271 milhões.

Isso é resultado de uma execução muito forte em direção ao nosso propósito inspiracional de ser o melhor Banco para o público 50+. Isso tudo justifica esse resultado bastante animador, o qual nós vamos tangenciar ao longo dessa apresentação de resultados.

Inicialmente, eu gostaria de destacar uma das grandes alavancas de crescimento do Banco, um dos grandes motores de geração desse resultado do Banco, que é a nossa tecnologia e, mais especificamente, os nossos negócios digitais. Com um aplicativo desenhado com uma experiência totalmente focada no nosso público 50+, atingimos a marca de 36% da nossa quantidade de contratos de consignado realizada por meio de autosserviço no próprio aplicativo do Banco.

Outro destaque importante é a escalada exponencial do nosso canal de WhatsApp, lançada há pouco mais de um ano, e que já representa 26% de toda a originação de contratos de empréstimo do Banco Mercantil. Esse é um canal favorito não só do brasileiro, mas sobretudo do brasileiro com mais de 50 anos.

Em números, podemos ver à esquerda, embaixo, a originação via WhatsApp saltando de 77 milhões no 3T do ano passado para 266 milhões no 3T deste ano, um salto de 243%. Esses números anualizados já representam mais de R\$1 bilhão de originação nesse novo canal do Banco.

Um dos grandes destaques, que é o Whatsapp, não só em relação a negócios, mas também em relação à solução de problemas. Os nossos clientes usam o WhatsApp para solucionar dúvidas, contratar e cancelar outros tipos de produtos e serviços. Foram mais de 7,2 milhões de chamados atendidos via WhatsApp no 3T deste ano, um crescimento de 264% quando comparado ao mesmo período anterior.

E aqui destaco que 92% desses atendimentos são realizados através do nosso *bot*, ou seja, da nossa inteligência artificial aplicada para melhor resolução de problemas e soluções para os nossos clientes. Então, grande destaque para a nossa alavanca digital, que também é responsável, em grande, pela aquisição de novos clientes.

Clientes estes que saltaram mais de 2 milhões em número entre o mesmo período do ano anterior. Saímos de 5,7 milhões de clientes para mais de 7,7 milhões de clientes, ou seja, um crescimento de 34% no período, totalmente alavancado por essa exponenciação dos nossos dois principais canais digitais, o aplicativo e o WhatsApp.

O Banco Mercantil não só cresce clientes, mas cresce clientes com foco específico, ou seja, em sua grande maioria são os 50+, são clientes que buscam o Banco para fazer negócios, como mostra o gráfico à esquerda embaixo, da quantidade de clientes que têm alguma operação de crédito com o Banco, que saltou de 39% para 51%.

Metade dos nossos clientes possuem uma operação de crédito com o Banco Mercantil, ou seja, usam o Banco como Banco principal, contratam outros produtos e serviços. O nosso *cross sell index* é de mais de três produtos rentáveis por cliente, ou seja, estamos falando de quase 20 milhões de produtos vendidos na nossa base de clientes.

Então, é uma base de clientes que cresce e se digitaliza e que faz *cross selling*, que usa o Banco como principal Banco, como o Banco pagador do seu salário, como o Banco pagador do seu benefício.

O que nos credencia, mais uma vez aqui repito, a nossa posição de quinto maior Banco pagador de benefícios do país, de novo, em um cenário tão competitivo e concentrado como o cenário bancário brasileiro. Esses clientes engajados impulsionam todo esse resultado que o Banco vem apresentando nos últimos trimestres.

E por fim, antes de passar a palavra para o Paulino, eu trago alguns números do trimestre, alguns números financeiros, os quais serão explorados ao longo desta apresentação. Começando pela carteira de crédito, um crescimento de 29%, atingindo 13,3 bilhões. Foi um crescimento bastante acima da média de mercado, mais especificamente pessoas físicas, recursos livres da série do Banco Central que cresceu 9% no período.

Então nós crescemos 29% de carteiras de crédito contra um crescimento comparável de 9% do mercado. Mas é um crescimento com qualidade, concentrado em carteiras de risco soberano. Como é o crédito consignado que cresceu 22%, atingindo 7,3 bilhões e o saque aniversário do FGTS que cresceu 122% no período. É um produto quase totalmente digital, atingindo quase R\$3 bilhões no período.

Somados, as duas carteiras de risco soberano representam mais de 75% da exposição de crédito do Banco. Esse mix e toda a inteligência e tecnologia do Banco aplicada à concessão de crédito na originação leva a uma inadimplência de 3%, com queda marginal de 0,2p.p. no período. Uma das menores inadimplências, quase a metade quando comparada à média de mercado do Sistema Financeiro Nacional, também no período.

Como eu disse, esses clientes contratam em sua maioria, 51%, não só operações de crédito, mas também outros produtos, serviços, assistências médicas, odontológicas, produtos da nossa Marketplace, seguros, ou seja, todo um portfólio focado nesse propósito desse público alvo dos 50+.

O que nos leva a uma receita de prestação de serviços de 152 milhões no período, no trimestre, com um crescimento de 38%. Ou seja, clientes, a base cresceu 34%, receita de

prestação de serviços nós crescemos 38%. O Banco cresce clientes e negócios em ritmo muito similar.

Com uma capitalização bastante folgada e favorável. O índice de Basileia de 16,4%, crescimento de 1,4p.p. quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Em que pese nós tenhamos crescido 30% da exposição de risco da carteira de crédito do Banco, ou seja, uma otimização de RWA, da alocação de capital do Banco em prol de seus clientes e seu resultado.

Com uma margem financeira bastante confortável. A *net interest margin* acima dos 20%, especificamente 21,3%. Foi um crescimento de 1,5 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. Nós esperamos que essa margem seja favorecida pelas sucessivas quedas de Selic, ainda que essa queda seja um pouco mais moderada que aquela que esperávamos na última divulgação.

E também esperamos que a inadimplência média do mercado, conforme esse custo de carregamento com esse afrouxamento monetário reduza a inadimplência também, não só do sistema, mas do Banco Mercantil. Bom, tudo isso nos leva ao nosso ROAE trimestral anualizado de 28,8%, um crescimento de mais de 15p.p. Um dos maiores dos nossos *peer group*, um dos maiores do mercado.

Se nós compararmos os últimos 12 meses, *last twelve months*, acima de 25%, advindos esse lucro trimestral de 102 milhões, ou seja, o Banco conseguiu estabilizar esse patamar histórico de lucros acima de R\$100 milhões, o que é bastante animador e representa também um crescimento de 155% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Bom, a apresentação de hoje terá caráter um pouco mais objetivo, uma vez que, como os senhores já devem ter recebido o *Save the Date*, e receberão o convite oficial ao longo dessa semana. Na semana que vem, no dia 16 de novembro, teremos, conforme o nosso estatuto, o Banco está listado como o nível um de governança corporativa, o nosso *Investor Day* referente ao ano de 2023, das 14h00 às 17h00, horário de Brasília.

Onde teremos a oportunidade de falar um pouco mais das nossas tecnologias, da nossa arquitetura, infraestrutura de rede e nossa estratégia de *clouds*, da nossa estratégia de crédito, estratégia de mercado, do nosso mercado endereçável, nosso crescimento, avenidas de crescimento, nossos números financeiros, nossos comparáveis, vantagens competitivas, vantagens do leilão do INSS, toda a nossa estratégia digital e muito mais.

Acontecerá na sede do Citibank, Avenida Paulista, 1,111, Bela Vista, São Paulo. Participarão comigo: Bruno Simão, nosso Vice-Presidente de Clientes, Crescimento e Marketing; Felipe Boff, nosso Vice-Presidente de Produtos e Tecnologia; e também Paulino Rodrigues, nosso Vice-Presidente Financeiro de RI, para quem eu passo a palavra, e vai apresentar para vocês de forma mais detalhada os números que eu passei de forma macro aqui nessa primeira parte.

Paulino, bom dia.

Paulino Rodrigues:

Bom dia, Gustavo. Muito obrigado. Obrigado também a todos que nos acompanham nessa divulgação de resultados do 3T23 do Banco Mercantil. Como o Gustavo colocou, de fato, um trimestre com uma performance de excelência.

Estamos ainda em meio às divulgações de resultados do 3T, mas creio que podemos afirmar com segurança que o Mercantil está entregando uma das melhores performances da indústria, o que muito nos orgulha e que passamos a detalhar na sequência.

Começando pela nossa carteira de crédito. Conforme mencionado pelo Gustavo, como tem sido inclusive, a tônica dos últimos trimestres, entregamos um crescimento bem acima do crescimento do mercado.

Nossa carteira finalizando o 3T em R\$13,3 bilhões, um crescimento de 29% na comparação anual, período em que o crescimento, inclusive dado divulgado na segunda-feira pelo Banco Central, de crédito pessoa física recursos livres, que entendemos ser o melhor *benchmark* dado o perfil do Banco, cresceu 9,1%. Isso já havia ocorrido nos trimestres anteriores, se os senhores consultarem as apresentações.

Então isso tem sido uma tônica. Eu acredito que no trimestre passado o mercado cresceu 10, nós crescemos 28. E assim tem sido nos últimos trimestres, o que demonstra a capacidade do Banco de crescer de maneira sustentável, rentável, e falaremos a seguir, com a inadimplência mantida sob controle, permitindo assim que o Banco aufera ganhos de escala e aumentos nos seus retornos, conforme demonstraremos na sequência.

A carteira, devemos destacar, continua com uma participação majoritária de linhas que possuem baixo risco e alta pulverização, como são os casos do crédito consignado para beneficiários do INSS e da antecipação do saque aniversário do FGTS. Essas duas carteiras somadas, como indicado no gráfico, atingiram 77% do total do portfólio, tendo representado 71% um ano antes.

Claro que outras carteiras também são importantes, como é o caso do crédito pessoal não consignado, que por razão do ciclo de crédito bastante desafiador que temos enfrentado, o mercado como um todo ao longo desses últimos 18 a 24 meses, é uma carteira que tem andado, como andou nesse último trimestre, de lado, em 1,9 bilhões, representando 14% do total do portfólio.

Entendemos, contudo, e já estamos observando uma melhora nos índices de inadimplência dessa linha no mercado, que em algum momento nos próximos trimestres, possamos retomar um crescimento dessa linha que se é, por um lado, uma linha mais arriscada, por outro, é uma linha que, se bem operada, entrega um retorno bastante importante para qualquer instituição, Mercantil incluído.

As demais linhas andando de lado. A carteira PJ hoje representa 6% do nosso portfólio. Esse número já foi bem maior no ano passado, era 9% um ano atrás. E de fato, não é o foco do crescimento do Banco, que, como mencionado antes, é o crédito PF massificado, em especial carteiras de risco mais pulverizado.

Falando um pouco da originação. Nesse 3T23 tivemos um muito bem-vindo crescimento na nossa originação, retomando um patamar parecido ao do 1T23, que havia sido recorde. Então superamos a marca de R\$2,6 bilhões em originação, com destaque para o aumento da originação do crédito consignado INSS, que voltou a se aproximar de 1,5 bilhão de originação.

E as razões para isso são, em primeiro lugar, uma recuperação do próprio mercado de consignado INSS, que cresceu na comparação trimestral, dados agregados de mercado, 33,4%, atingindo uma originação nesse 3T23 de quase R\$20 bilhões, R\$19,921 bilhões para ser preciso.

O Banco vem ganhando ao longo do tempo *market share*, tendo superado a marca dos 7% neste 3T23. E isso destacando ainda que, dado o momento histórico de uma margem

bastante apertada no crédito consignado INSS, o Banco não está operando hoje o canal de correspondente bancário com essa linha. Portanto, 100% da originação do Mercantil no crédito consignado INSS tem se dado através da sua própria rede.

Porém, sabemos que o mercado de correspondentes, a originação dos correspondentes, historicamente representa aproximadamente a metade da originação. Portanto, o Banco está obtendo 7% de participação de mercado, operando fundamentalmente a metade do mercado como um todo.

Essa participação vem crescendo, nos ajuda a entregar os crescimentos acima de mercado que foram apresentados anteriormente, e esperamos que continue assim ao longo dos próximos trimestres.

Falando um pouco das demais linhas. Nós temos a antecipação do saque aniversário do FGTS com uma pequena redução no trimestre para 538 milhões. Ela vem rodando nesse patamar de 500, 600 milhões desde o 1T deste ano, contribuindo para um aumento na participação dessa linha no nosso portfólio.

Um ponto que eu acabei não mencionando, mas vale a pena voltar, é que o nosso crescimento trimestral na originação de consignado foi de 85% quando comparamos o 3T ao 2T, ao passo que o crescimento de mercado foi de 33%. De novo, portanto, o Mercantil demonstrando a sua capacidade de crescer acima do mercado.

Quando olhamos o crédito PF recursos livres como um todo, conforme mencionado anteriormente, na comparação anual é um mercado que cresceu pouco mais de 7%. E nós entregando aqui novamente, então. Aqui falando de originação, antes nós falamos do total da carteira.

Mas falando de originação, a originação na comparação anual cresceu 7,3% e nós crescemos 25%. Então é mais uma métrica que reforça o fato do Mercantil ter tido competência e estar tendo competência, de trimestre após trimestre, crescer de maneira sustentável. E por sustentável nós falamos muito da inadimplência, que é o que nós vamos falar da próxima tela.

Então todo esse crescimento, a exemplo do que já vem ocorrendo em trimestres anteriores, acontecendo com uma inadimplência bastante controlada, uma das melhores do segmento, se não a melhor, de pessoas físicas massificadas. Tivemos um crescimento na margem de 2,8 para 3% de inadimplência na comparação trimestral, porém, ainda assim, uma redução na comparação anual de 3,2 para 3%.

Em apresentações anteriores de resultados, nós mencionamos que 2,8 é um patamar excepcional e que seria pouco provável melhorias ainda maiores nesse número. E a flutuação observada no último trimestre ainda nos deixa em uma posição de excelência no setor.

Conforme o gráfico do lado esquerdo demonstra, quando comparamos a linha mais escura, é a inadimplência total do Sistema Financeiro Nacional dos recursos livres, PF e PJ. É a linha mais escura. Essa apresenta, depois de diversos trimestres, uma primeira estabilização, o que é um sinal alvissareiro para que nós possamos ter um ciclo de crédito mais favorável à nossa frente.

E pessoa física, que é a linha mais clara, na parte superior, a linha cinza, apresentando uma primeira redução trimestral após, aqui são números de ponta de trimestre, do último mês de cada um dos trimestres, apresentando uma redução de 30 bips, de 6,3 para 6%. O que esperamos continue a ocorrer nos próximos trimestres, o que torna o ambiente de negócios do mercado de crédito mais favorável.

E o Banco, ao longo de todo esse ciclo, performando bem melhor que o mercado, com uma inadimplência basicamente a metade, se nós compararmos com o crédito pessoa física no Sistema Financeiro Nacional, e com recursos livres que, como referido anteriormente, entendemos como sendo o melhor *benchmark* para performance do Mercantil.

O gráfico do lado direito, nós temos um indicador de inadimplência antecedente, que é a inadimplência *Over 15 - 90*, voltando ao patamar de 1,7% observado no 1T deste ano. De novo aqui uma redução de 20 bips em relação ao aumento na margem que havíamos observado no 2T deste ano. De toda sorte, uma redução bastante representativa quando olhamos a comparação anual. Uma redução de 1,1% em relação aos 2,8% observados no mesmo trimestre de 2022.

Ainda falando um pouco sobre a inadimplência, olhando outras métricas, temos a variação da nossa PDD basicamente estável na comparação anual, com R\$471 milhões. Isso representa 13,5% da carteira. Uma flutuação na margem de 10 bips em relação ao trimestre anterior, mas uma melhoria expressiva de 1% em relação aos 4,5 observados no 3T22. Isso o gráfico do nosso lado esquerdo.

Do lado direito temos a carteira que contabiliza juros, a carteira AA - C, que teve uma pequena redução de 10 bips, indo de 94,6 para 94,5%. Mas de novo aqui, na comparação anual, uma melhora expressiva de 1,3%, indo de 93,2 para 94,5%. Então, acredito que é bastante evidente que os indicadores de inadimplência atestam uma carteira de qualidade, em que pese o crescimento bastante expressivo que temos tido, a competência e a habilidade de entregar trimestre após trimestre.

Falando agora um pouco sobre as receitas de prestação de serviços, aqui também temos tido a capacidade de entregar resultados expressivos. Nesse 3T23, como indica o gráfico no lado esquerdo, na parte superior, atingindo R\$152 milhões. Um crescimento de 38% em relação aos 111 observados no mesmo trimestre do ano anterior, e um crescimento de 9% em relação ao observado no trimestre imediatamente anterior, quando tivemos R\$140 milhões.

As principais linhas de negócio aqui continuam as mesmas. Tarifas representaram 42% nesse 3T, o que é o menor número da série aqui observado. O que é bastante positivo, porque significa que o Mercantil está tendo habilidade de crescer a receita de prestação de serviços em produtos que o cliente valoriza mais.

Como é o caso de seguros e comissões, que obteve um crescimento neste trimestre, na comparação trimestral, de 27%, atingindo R\$65 milhões, depois de um outro crescimento que havia sido observado no trimestre anterior de 16%.

Então, o reposicionamento feito no ano passado no nosso portfólio de seguros e assistências realmente começa a entregar resultados mais consistentes, que é o que nós podemos observar no 2T e 3T. O que é bastante importante no sentido de diversificar as linhas de receita do Banco, somando forças ao resultado bastante forte que nós vimos no crédito.

Ilustrando isso, nós temos os clientes com assistências, o que pode ser observado no gráfico do lado direito, atingindo 239 mil clientes neste 3T23. Isso mais que triplicando o número em relação aos 78 mil clientes que tinham esse produto ativo no 3T do ano passado.

Temos tido a habilidade de colocar entre 40 e 50 mil novos clientes ativos com esse produto ao final de cada trimestre. Então, isso tem sido bastante importante, como eu disse, no sentido de diversificação dos resultados do Banco.

A nossa operação de Marketplace mais uma vez apresentou um resultado expressivo, atingindo R\$32 milhões, o que representa basicamente quadruplicar o resultado obtido no mesmo trimestre do ano anterior, quando foi ligeiramente superior a 8 milhões.

Então, tudo isso somado significa que hoje o Banco possui, através da sua receita de prestação de serviços, a capacidade de pagar a sua folha de pagamento. O que não é um indicador tradicional de mercado, mas é uma meta que nós havíamos fixado para o Banco e que estamos atingindo, o que nos deixa bastante satisfeitos.

Falando agora um pouco da nossa operação de cartões. Aqui nós temos um crescimento mais moderado. É um produto que, em alguma medida, implica também risco. Isso tem nos levado a ter um crescimento não tão expressivo quanto aquele observado no crédito, embora seja também um crescimento consistente ao longo do tempo.

Em termos de cartões ativos em utilização, nós tivemos um crescimento de 21% na comparação anual, atingindo 1,7 milhões de cartões. E no volume total processado, observável no gráfico do lado direito, um crescimento de 16%, atingindo praticamente 1,4 bilhão neste 3T23.

Agora, falando um pouco do outro lado do balanço, da estrutura de *funding*. Nós costumamos comentar que o Banco Mercantil, em comparação com seus pares, possui um diferencial competitivo na sua estrutura de *funding*, na medida em que hoje 74% do *funding* do Banco é obtido através de canais próprios, sejam eles a nossa base de beneficiários do INSS que representa 29%, sejam outros clientes de varejo PF, PJ que representam 45%.

Isso concede ao Banco a capacidade de possuir um custo de *funding* significativamente inferior ao de seus pares. Custo esse que atingiu 94,7% do CDI no 3T23, um crescimento na margem, mas que ainda assim dá ao Mercantil uma vantagem competitiva em termos de custo de *funding*.

No sentido de diversificação das fontes, o Banco vem trabalhando nessa diversificação envolvendo plataformas de investimento parceiras, que hoje representam 11% do total do *funding* no Banco, operações institucionais que representam 12%, e outras operações estruturadas que representam 3%.

Cumpramos destacar que a estratégia de diversificação vem em andamento e terá continuidade ao longo dos próximos trimestres, de modo que o Banco possua fontes disponíveis para o financiamento do seu crescimento ao longo do tempo, independente do cenário econômico enfrentado.

Falando um pouco da posição de caixa, o Banco nesse 3T23 manteve uma posição robusta, encerrando o trimestre com R\$3,1 bilhões em caixa, o que é um número bastante significativo, considerando que o Banco encerrou o trimestre com pouco menos de 18 bilhões de ativos e um PL de 1,5 bilhão. Então nós temos grosseiramente dois PLs no caixa, o que é uma posição de caixa, de novo, cumpra reforçar, bastante robusta para um Banco com o perfil do Mercantil.

O nosso *liquidity coverage ratio*, que é uma das métricas acompanhadas pela autoridade monetária, encerrou o trimestre em 1,8x, em linha com o que tem sido a tônica dos últimos trimestres. Havia sido 1,9 no 2T e 1,7 no 1T do ano. Então, isso indica a estratégia do Banco em ser bastante conservador na sua posição de caixa, de modo a poder suportar o crescimento que ele vem entregando. E isso é algo que é um dos nossos pilares. Não deve sofrer qualquer alteração ao longo dos próximos trimestres.

Falando um pouco da nossa posição de capital, conforme referido na abertura pelo Gustavo, nós estamos e vamos falar um pouco mais sobre os níveis de retorno e margens do Banco

na sequência, mas já foi bastante dimensionado aqui. Então níveis de retorno bastante expressivos, mais uma vez, neste 3T23.

Isso tudo com o Banco extremamente bem capitalizado, com um índice de Basileia aumentando 20 bips para 16,4%, bem acima de 10,5, que são o mínimo regulatório, com o PL atingindo praticamente um 1,5 bilhão por conta da capitalização de resultados. Então, tudo isso nos levando a melhorias contínuas.

Nós agora retiramos da apresentação, mas tínhamos um gráfico disponível no nosso site de RI que demonstra as elevações de *rating* contínuas que o Banco vem recebendo ao longo dos últimos períodos. Nesse 3T23, nós tivemos alteração das perspectivas tanto da S&P quanto da Fitch para positiva.

Tivemos também no mês de agosto, e cumpre destacar, um *upgrade* do RISKbank que também acompanha o Mercantil, elevando a classificação de risco do Banco para BRMP 2, o que significa baixo risco para médio prazo. O que sinaliza a observação por parte das agências de risco de que o Banco vem crescendo, e vem se tornando cada vez mais sólido ao longo do tempo, refletindo isso nas notas de crédito do Mercantil.

Falando agora um pouco sobre as margens. Conforme mencionado pelo Gustavo, é o 4T consecutivo que o Banco entrega um resultado trimestral recorde, dessa vez de R\$102,2 milhões, um crescimento de 155% na comparação anual. Portanto, mais do que dobrando o lucro de 40,1 milhões obtido no 3T do ano passado.

Do lado direito, observamos as margens onde tivemos uma redução da nossa margem financeira líquida, e temos algumas razões para isso, dentre elas, o aumento na margem do custo de captação referido.

Temos aqui e esse é o principal motivo, um efeito mix neste trimestre, onde nós tivemos uma maior participação de carteiras que têm uma margem menor, como é o caso do crédito consignado INSS, que sofreu inclusive, como é de conhecimento do mercado, algumas reduções no teto, forçando as instituições participantes desse mercado a ajustar a sua estratégia.

Mas o fato objetivo é que o crédito consignado INSS opera hoje o mercado como um todo, e o Mercantil não é diferente, com um dos menores *spreads* da série histórica, se não o menor. Como tivemos e vimos isso quando falamos da originação, um crescimento expressivo dessa carteira aqui no Banco Mercantil, isso gera um efeito mix desfavorável quando comparado a outras linhas que possuem margens melhores.

Como é o caso do saque aniversário do FGTS e do próprio crédito pessoal pessoa física não consignado, que tem mantido um crescimento bem mais modesto. Esse efeito mix fez com que tenhamos tido essa redução de 22,9 para 21,3 na NIM. Mas ainda assim, a NIM operando em um nível de excelência e dentro da meta que nós temos para o Banco no longo prazo, que é operar com uma NIM acima de 20%.

Quando olhamos a composição do NII somado à receita de serviços, nós tivemos um crescimento na margem com serviços mais do que compensando a redução de R\$9 milhões observado no NII. Então serviços cresceu 12 milhões. Nós reduzimos 9 no NII, mas no todo crescemos R\$3 milhões no nosso NII. Então, portanto, uma NIM de 21,3%.

Falando agora sobre os níveis de retorno do Banco. Do lado direito, e aqui eu queria fazer um destaque que é bastante significativo. É a primeira vez que o Banco ultrapassa a barreira do ROAA de 2%, atingindo 2,1%. Isso denota a capacidade do Mercantil de auferir ganhos de escala.

Se não vejamos: acabamos de falar de uma pequena redução da NIM nesse 3T23. Vimos anteriormente que a inadimplência teve uma pequena variação na margem de 0,2%. E com tudo isso, o Banco ainda assim obteve um aumento no seu retorno sobre ativo, o ROAA. Isso se deve à capacidade do Banco de auferir ganhos de escala à medida em que ele cresce.

Então, há uma disciplina muito grande no que diz respeito à eficiência e à contenção de despesas. Se pegarmos os nove meses de 2023 comparados aos nove meses de 2022, nós tivemos um crescimento das despesas administrativas. E aqueles que observarem com mais vagar as nossas demonstrações financeiras hoje publicadas, poderão verificar isso, um crescimento de 3%. Portanto um crescimento abaixo da inflação.

No lado do pessoal, nós tivemos um crescimento maior, de 16,8% nessa mesma base, mas isso se deve majoritariamente a provisões para a remuneração variável, tendo em vista os resultados excepcionais observados aqui. Então, faz sentido, na medida em que nós observamos resultados tão expressivos, nós distribuímos uma parte disso com o nosso time de colaboradores, que é parte fundamental na geração desse resultado.

Mas, de toda maneira, quando olhamos os índices de eficiência em outras métricas de produtividade do Banco, o Banco vem capturando ganhos de escala, que permite então auferirmos um retorno sobre ativos superando, mais uma vez é importante reforçar, a marca de 2%.

E isso, mesmo tendo tido uma redução na alavancagem neste trimestre, que se reduziu de 12,5x para 11,9, em linha com o histórico do Banco em trimestres anteriores, isso nos permite levar ao ROAE *last twelve months*, dos últimos 12 meses, de 25%, conforme referido pelo Gustavo anteriormente. Mais uma marca histórica do Banco.

E se olharmos o ROAE trimestral anualizado, atingindo 28,8%. Havia sido 29,8 no trimestre anterior. Mas convenhamos que ambos são, no mercado bancário brasileiro ou mesmo global, métricas de excelência.

Então, com isso, encerro a participação de resultados, ao tempo em que convido todos para o nosso *Investor Day* que ocorrerá, e todos serão convidados na próxima semana, no dia 16. Onde então dedicaremos mais tempo para aprofundar diferentes aspectos do Banco Mercantil.

E com isso, devolvo a palavra à Marina, que facilitará o processo de perguntas e respostas. Marina, por favor.

Participante 1 (via webcast):

Vocês haviam comentado que o Banco viria a mercado com uma operação de dívida. O que houve? Desistiram ou adiaram?

Paulino Rodrigues:

Não, nem uma coisa e nem outra. A pergunta é boa realmente, inclusive nós referimos em em apresentações anteriores e hoje não foi diferente, a estratégia do Banco de diversificação de fontes de recursos. E nós temos uma operação que está saindo do forno, inclusive será divulgada tempestivamente a mercado.

Mas eu posso adiantar que é uma operação bastante relevante em termos de valores e também de posicionamento do Banco no mercado de dívida corporativa. E essa operação vem a mercado nos próximos dias. É o que posso adiantar. Ela acabou sofrendo um atraso

por razões operacionais, mas está vindo no mercado nos próximos dias. Então, aguardem. O mercado será naturalmente comunicado do fechamento dessa operação.

Participante 2 (via webcast):

Temos observado as sucessivas reduções no teto da taxa do consignado INSS. E, ao que parece, isso está afetando a NIM do Mercantil. É isso mesmo? Até onde entendem que esse processo vai, considerando que a Selic deve seguir caindo até chegar à casa de 9%?

Participante 3 (via webcast):

Parabéns pelos resultados. Poderiam falar sobre a tendência de NIM para os próximos trimestres? Obrigado.

Gustavo Araújo:

Primeiro em relação à queda de Selic. Para Bancos de varejo em geral, os quais tomam recursos pós-fixados e doam recursos pré-fixados, a queda de Selic inerentemente ajuda as margens dessas instituições. Claro, excluídos os efeitos das estratégias de ALM, que é casamento de ativos e passivos e *hedge account*, no líquido, a queda de Selic, da taxa básica de juros, tende a melhorar as margens e os *spreads*. Portanto, a NIM.

Então, estamos vivendo o momento conjuntural de queda de juros. Como eu comentei, nós acreditamos que essa queda será menor do que aquela que nós esperávamos quando da última divulgação de resultados.

Mas ainda assim, provavelmente nós vamos viver alguns cortes subsequentes na taxa básica com esse afrouxamento monetário, uma vez que a inflação está em níveis um pouco mais estáveis, dentro das bandas da meta, e ainda com algumas discussões em relação à *déficit* fiscal no âmbito público brasileiro.

Em relação ao produto de consignado, a estrutura técnica deste produto não permite considerar a Selic ou o CDI Over. É um produto que vai até 84 meses. É um produto de *duration* de 36 meses, dependendo da métrica de *duration* utilizada.

E que a tesouraria dos bancos em geral, fazendo o seu trabalho de *hedge*, em tese, nas melhores práticas, deveriam utilizar para a sua precificação e análise de risco a curva do DI futuro de dois ou três anos, conforme a *duration*, ou seja, o DIF27 ou F28, com os seus respectivos vértices de maior liquidez, que hoje estão um pouco abaixo, marginalmente abaixo de 11%.

Então, ainda que a SELIC caia no curto prazo, isso ajude a NIM do Banco de certa forma, na outra ponta, quando nós temos uma equação de teto de consignado caindo e uma Selic estrutural na curva estável, o que nós temos é uma queda de NIM esperada do produto. O que faz com que alguns *clusters* de crédito, que são clientes com maior propensão atuarial de óbito ou maior propensão de cessação de benefício, dependendo da espécie de benefício, tenham essas linhas cessadas.

Ou seja, não vale a pena emprestar para alguns *clusters* de clientes. Então é muito mais uma questão de crédito e originação. E isso tem impacto não só no Mercantil, que tem diversas vantagens em relação ao mercado, custo de *funding* mais barato, acesso a folha de pagamento, produtos sobressalentes, *cross sell*, principalidade, mas principalmente nos competidores.

A indústria vive o menor *spread* talvez, da história em relação ao consignado. E nós estamos observando. Mas como mostramos nos últimos trimestres, tanto na pandemia, onde tivemos um aumento muito grande de óbitos do público 50+, com impacto no balanço, quanto nesse ciclo de aperto monetário, o Banco mostrou uma execução muito importante de sair desses principais desafios.

Então, nós acreditamos que estruturalmente essa taxa não deveria cair, afinal, isso tiraria o limite de crédito de alguns clientes que têm acesso a essa linha que, diga se de passagem, é a terceira mais barata do Brasil, pessoa física, depois de mobiliário e de saque aniversário do FGTS.

Mas vamos continuar acompanhando essas sucessivas quedas de teto, e os efeitos que isso poderá trazer na nossa NIM. Mas como o Paulino disse, ainda que a NIM tenha caído e a inadimplência tenha subido na margem, o nosso ROAA subiu, ou seja, o Banco ainda tem muito espaço para continuar crescendo em linhas rentáveis.

Ainda que nós não tenhamos esse apetite por clientes um pouco mais arriscados, como eu disse, nós ainda conseguimos trabalhar com uma parte dos clientes com a margem preservada, com a NIM acima de 20%.

E mais, com o ganho de escala, nós conseguimos chegar no ROAA acima dos dois, que alavancando 11,9x, 11,5, 12, que é a nossa média, nós ainda conseguimos entregar o crescimento acima do mercado, e o ROAE na casa dos 20, 25, entre 25 e 30, dependendo da divulgação.

Então, tudo isso para dizer que o Banco se adapta bem às mudanças de mercado. As mudanças acontecem e estão aí para execução e se adaptar. Mas que nós ainda acreditamos que vamos crescer bastante, o que inclusive corrobora as falas do Paulino em relação à captação que faremos para suportar o novo crescimento do Banco, e entregar crescimento e resultado, como já temos apresentado aqui, trimestre ante trimestre.

Participante 4 (via webcast):

Vimos uma pressão na margem financeira e também um incremento no custo de *funding* como porcentagem do CDI. Dado a base de depósitos, vocês estão vendo maior competição nas taxas? Ou o que explica esse maior custo?

Paulino Rodrigues:

De fato, foi apresentada essa variação no custo de captação. É uma variação que nós entendemos que ainda foi na margem nesse trimestre. E o próprio gráfico que nós apresentamos demonstra que há uma flutuação que é natural. Entretanto, é importante, foi feita inclusive uma pergunta a respeito de uma operação, e nós falamos.

Eu acho que já é a terceira vez que eu falo sobre diversificação das fontes de *funding*. Quando nós aumentamos a presença do atacado, de mercados de capitais, de operações bilaterais, de operações de atacado, em relação às operações de varejo, naturalmente essas operações possuem um custo mais elevado.

Respondendo a pergunta, como nós teremos uma operação nesse 3T entrando, em um volume expressivo e em um custo acima do nosso custo médio, como é o custo de mercado de capitais, isso naturalmente que vai provocar uma variação na margem, no custo de captação. Então isso nós já podemos antecipar, juntando os pontos de tudo aquilo que foi falado aqui.

A captação de varejo não dá saltos quânticos, como eu digo. Ela vai crescendo como tem crescido organicamente. Nesse 3T nós vimos a nossa base de depósito à vista, que ajuda muito a manter esses custos baixos, crescendo menos, se mantendo estável, na verdade. Ao passo em que os nossos depósitos a prazo foram responsáveis por basicamente todo o crescimento de 600 milhões que nós tivemos no lado do *funding*.

Então esse efeito mix foi o que provocou o aumento no 3T. E é isso. Ao longo do tempo o que nós veremos, como temos visto historicamente, é um crescimento da base dos canais próprios do Banco, crescendo organicamente. Porém, na medida em que nós vamos diversificando as fontes, nós vamos ver um aumento do custo na margem, mas nada que nos impeça de manter a nossa *net interest margin*, a margem financeira líquida, nos patamares.

Que, dadas as taxas de juros do cenário atual, hoje nós entendemos que tem que rodar como está rodando e entendemos que o próprio cenário macro, como o Gustavo falou, favorece isso, nessa casa de 20%, mais alguma coisa. Que é o que permite nos entregar lá no final do dia, um ROAE nesse nível que nós estamos entregando, superior a 20%, mantida constante a alavancagem do Banco.

Então, é algo que nós temos que saber gerenciar. Entendemos que temos tido uma boa competência nesse processo. Mas nós sempre organizamos isso de uma maneira, coordena isso de uma maneira, que o Banco como um todo siga entregando uma NIM em patamares superiores a 20%.

Participante 5 (via webcast):

Foi apresentado um crescimento exponencial do canal WhatsApp. Nesse sentido, qual a expectativa de tempo deste canal se tornar o maior canal do Banco Mercantil em resultados financeiros?

Gustavo Araújo:

Esse canal era praticamente inexistente, se olharmos no espectro de 12, 18 meses. É o canal que cresceu 30% ao mês, ainda não estabilizou suas taxas de crescimento, ou seja, sua derivada de crescimento. Segue bastante acelerado. Acho que nós temos vários produtos ainda para plugar no canal. Temos crescimentos relevantes com a entrada de novos produtos e jornadas.

O Banco tem aprendido cada vez mais a adquirir novos clientes através de *market performance* e conversão de funil. É um canal que converte hoje na média 14%, quando a média do *e-commerce* em mar aberto na internet é de 1,5 no Brasil, ou seja, a conversão que o Banco tem buscado é 10x maior.

Então nós acreditamos que em breve ele vai ser o maior canal em negócios do Banco, de originação. Nós tivemos uma originação anualizada acima de 1 bilhão, se pegarmos esse trimestre. O que dá para adiantar é que, a pedido do nosso cliente, todos os testes que nós fazemos, de hipótese, cada vez mais nós comprovamos a tese de que é um canal muito querido, muito fácil, que nós temos conseguido operar com segurança, que é bastante buscada pelo público.

E mais do que tudo, ele é bastante exponencial, ou seja, o Banco consegue atender clientes nas suas regiões onde possui lojas físicas, fazendo essa “dobradinha” físico e digital, mas também consegue atender muito bem através do canal qualquer região do Brasil, o que tem aí respondido por esse crescimento exponencial da base de clientes e de negócios.

Então, eu acho que cada vez mais nós vamos ver esse número crescer. Novas estratégias sendo acopladas no canal, de segurança, de usabilidade, de novos produtos, de NPS. Um canal com NPS acima até do Banco, que é de 75. Esse canal já está acima dos 85 de NPS. Clientes recomendam, usam o próprio canal para recomendar outros clientes no *member get member*.

Ou seja, acho que os prognósticos são bastante auspiciosos em relação ao que vai representar mais esse canal. Lembrando que a estratégia do Banco é de atender esse cliente 50+ na sua melhor conveniência. Então, nós temos loja física, nós temos parceria com terceiros.

Nós temos, enfim, o aplicativo que é um dos mais leves do mercado, mais rápido, mais simples, que já responde por 36%, tem o WhatsApp. Enfim, da forma que o cliente quiser se relacionar, nós vamos estar aqui prontos para fazer negócio.

Participante 6 (via webcast):

2023 está razoavelmente dado? Qual é a perspectiva para 2024?

Gustavo Araújo:

2023, acho que até aqui já superamos em 30% o resultado de 2022. Nós fechamos o ano passado com 200 milhões e nós já estamos com 270. Então, é uma métrica de crescimento importante. Conseguimos estabilizar em um patamar de retorno acima dos 100 milhões já por dois semestres consecutivos. Já estamos há mais de quatro trimestres dando resultados recordes.

Então, acho que apesar de todo o desafio e toda a incerteza embutida, não só em 2023, mas também em 2022, em 2021, nós temos conseguido entregar bons resultados. Uma execução bastante focada no nosso grande propósito de crescimento, de retorno, dos nossos clientes também.

Aqui nós costumamos brincar que os bancos são empresas de estrutura de balanço. Então nós construímos um ativo de longo prazo, nós temos um *funding* estável, nós fazemos os casamentos de *hedge* adequado, GLM. Ou seja, fazemos uma gestão de despesa adequada. O Banco vai construindo esse arcabouço de resultado e empilhando esses novos crescimentos, esses ganhos de escala, como o Paulino colocou.

Então, eu acho que 2023 é um ano que está bem encaminhado, vamos chamar assim. Mas 2024 embute diversas incertezas que temos que observar. Tem discussões bastante importantes no Congresso em relação, por exemplo, ao fim do JCP, que traria para nós um aumento expressivo da alíquota total de imposto sobre a última linha, a alíquota efetiva.

Nós temos discussões ainda em relação ao teto de consignados. Discussões em relação a possíveis mudanças estruturais do produto FGTS. Mas acho que estamos em um caminho interessante, com vantagens competitivas interessantes.

Ou seja, independentemente das incertezas que o mercado ainda traz, algumas incertezas em relação à estabilização da dívida brasileira, o que traz incerteza em relação ao futuro de juros, que para nós é tão importante, como já mencionei, nós acreditamos que tem, por exemplo, na alavanca digital do WhatsApp, do aplicativo, muito mercado para crescer, no público 50+ muito cliente para trazer.

E com uma disciplina de uma análise sempre focada, entender o melhor retorno de ganhanha para o cliente e para o Banco, nós acreditamos que vamos continuar conseguindo

crescer em linhas mais defensivas, como a carteira de risco final soberano, apimentado por uma carteira de crédito pessoal. Ou seja, continuar um pouco mais esse trabalho que entrega o crescimento acima do mercado, com retornos bem interessantes também.

Marina Magalhães:

Pessoal, vamos dar sequência ao encerramento do nosso evento. As demais perguntas serão respondidas diretamente pela área de RI. Obrigado, Gustavo e Paulino, mais uma vez pela apresentação. Para qualquer questão adicional, o Departamento de Relações com Investidores está à disposição por meio dos contatos que estão expostos na tela.

Eu gostaria de agradecer a presença e a participação no nosso evento e desejar um ótimo dia a todos.

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