

**Marina Magalhães:**

Bom dia a todos que estão nos assistindo. Sejam muito bem-vindos à teleconferência do Banco Mercantil referente aos resultados do 4T23. Meu nome é Marina Magalhães, sou responsável pela área de Relações com Investidores, e estão presentes conosco hoje: Gustavo Araújo, CEO, e Paulino Rodrigues, CFO.

Este evento está sendo gravado e será disponibilizado em nosso site de RI, assim como a sua transcrição. O material desta apresentação já está disponível no site para download.

Ao final da apresentação, nós 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 de vocês.

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

**Gustavo Araújo:**

Bom dia, Marina. Obrigado. Bom dia a todos. Muito obrigado pela audiência e pela atenção.

Chegamos então à nossa última divulgação de resultados referente ao ano de 2023. E 2023 foi, para nós, para o Banco Mercantil, um ano histórico. Primeiramente porque completamos 80 anos, mas também foi histórico em diversos aspectos.

Vamos mostrar, ao longo da apresentação, forte resultado e crescimento em praticamente todas as linhas de atuação do Banco, e diversos indicadores que vamos falar na sequência em nível de excelência do mercado e da indústria bancária.

Neste ano, o Banco fez um trabalho marcante de *branding* junto a seu público, especialmente o 50+, que foi materializado, como está aqui na tela, através da nossa mudança de marca, que é mais próxima desse nosso público-alvo.

Também na sequência, mudamos de sede para este espaço em que estamos aqui, mais aberto, mais cooperativo, criando esse ecossistema que foi mais um passo importante em direção à nossa transformação cultural. Porque acho fundamental, eu só estou representando aqui 3.000 pessoas que fazem tudo isso aqui acontecer.

Então, essa forma de fazer acontecer e de executar com disciplina o Banco, eu só represento esses 3000 funcionários, e essa mudança de sede simboliza essa transformação cultural, que nos leva a todos esses resultados e ao maior lucro líquido da história. O ano histórico em que chegamos a R\$420 milhões no exercício, 110% maior que o exercício no ano anterior, resultando em um ROAE de 29,8%, que também é o maior da indústria.

Atingimos também, se olharmos o trimestre, R\$150 milhões, também recorde, 50% acima, como aqui no gráfico do 3T23, e 120% acima, se compararmos ao mesmo período do ano anterior. Então, um ano de muito crescimento e muito resultado.

E se voltarmos e fizermos uma comparação histórica, desde 2020, para mostrar como é que o Banco vem performando, com consistência, observamos aqui na esquerda, no gráfico, que o número de clientes mais que triplicou no período, saltando de 2,6 milhões para 8 milhões, com crescimento composto de 46% ao ano, muito impulsionado pelos canais digitais do Banco, que falamos depois, na sequência.

Mas aqui cabe destacar que crescemos não só clientes. São clientes engajados, são clientes satisfeitos com o Banco, o que mostra o nosso NPS, Net Promoter Score, em zona de

excelência. Ou seja, são clientes que recomendam o Banco, e sempre buscamos, temos a obsessão por buscar essa principalidade. Trazer um relacionamento transacional para o cliente, trazer o domicílio do cliente, para que eles possam contratar os mais variados produtos e serviços no nosso portfólio, desse nosso ecossistema. 50+, para que consigamos entregar, como vamos ver esse crescimento proporcional. Isso é fundamental na nossa estratégia, o crescimento proporcional entre clientes e negócios.

Então, talvez uma das melhores provas disso, que é o nosso principal motor de resultados, que é a nossa carteira de crédito, também cresceu 30% no período, ao ano, mais do que dobrando de 2020 a 2023, saindo de R\$6,4 bilhões para R\$14 bilhões no período. E cabe destacar que, desses 8 milhões de clientes, 51% possuem uma ou mais operações de crédito. Então, são clientes engajados, a metade deles tem operação de crédito, vários têm portfólio de serviços, ou seja, o que vamos ver na sequência.

Mas estamos crescendo de qualquer forma? Não, pelo contrário. Crescendo com segurança, com solidez, como é do conservadorismo do Banco, crescendo com qualidade, como mostra aqui, para fechar o slide, esse indicador de inadimplência.

Então, em que pese, por um lado, termos crescido, ano atrás de ano, mais de 3x mais que a média de mercado, a nossa inadimplência aqui mostrada no gráfico da direita vem caindo também subseqüentemente, e uma queda de 1,5 p.p. nesse intervalo de observação, atingindo 3%, que é também uma *top performer* da indústria bancária de 2023 e, em média, metade da inadimplência de mercado quando olhamos pessoas físicas, recursos livres na série do Banco Central.

Três motivos aqui, para resumir essa performance da inadimplência do Banco. O primeiro é o mix de produtos. Quase 80% do portfólio é defensivo, cuja contraparte final é falarmos de risco soberano, consignado, saque, aniversário do FGTS. O modelo de *analytics*, em que temos altos índices de KS e predição de capacidade de pagamento do cliente nos nossos créditos pessoais. E, claro, a principalidade, ter o fluxo do cliente, o recebimento do cliente, entender a vida desse cliente nos ajuda também na concessão de crédito, o que nos leva também a essa métrica de *top performer* da indústria.

Bom, e como é que conseguimos crescer nessa velocidade? Muito desse crescimento foi impulsionado pela nossa tecnologia, pelos nossos canais digitais. Então, aqui costumamos dizer que no Banco Mercantil adaptamos a tecnologia ao nosso cliente, e não o contrário.

Então, aqui na esquerda, observamos os números da nossa originação de aplicativo, que é uma forma de o Banco levar essa como essa comodidade para quem prefere transacionar ou contratar de casa, e já apresenta 38% da originação total do Banco, quando colocamos a lupa no produto de consignado. Um crescimento de 100% ao ano, então os canais digitais têm essa facilidade de crescer exponencialmente, chegando a 1 milhão de contratos originados via aplicativo e R\$1,4 bilhão em volume financeiro só em 2023. Um aplicativo totalmente adaptado para esse público 50+, para aqueles clusters que preferem e conseguem fazer essa transação, essa jornada para esse digital através do aplicativo.

Mas para quem prefere uma conversa mais personalizada, tirar uma dúvida, e também fazer um negócio sem sair de casa, aí nós temos, aqui à direita, uma grande inovação do Mercantil, que é o WhatsApp Bank, que é o app favorito do brasileiro em geral, 97% das telas do brasileiro têm o aplicativo WhatsApp na sua primeira página, e principalmente para os 50+.

Pensando nisso, criamos uma jornada *end to end* aqui no WhatsApp, que já representa 26% do share de originação do total de contratos do Banco, saindo praticamente do nada em 2020, acelerando ano após ano, 638% de crescimento, e chegando a incríveis 2,1 milhões de contratos originados somente aqui em 2023.

Então, podemos dizer que os canais digitais foram grandes responsáveis por essa expansão do Banco também além das suas fronteiras geográficas, mas em uma estratégia omnichannel completa. Para quem prefere também o atendimento físico, ainda temos 300 pontos de atendimento, com o nosso time treinado, com o olho no olho, para levar ao nosso cliente essa excelência de atendimento.

Mas só um ponto que cabe destacar aqui: desde 2020, o Banco mantém a sua rede de lojas e agências praticamente estável. E, mesmo assim, como acabamos de falar, triplicamos a quantidade de clientes. Mais que dobramos a carteira de crédito. Entramos no top 5 de bancos com domicílios bancários no INSS.

Isso tudo mostra essa estratégia de omnichannel realmente funcionando. O poder do físico, para quem prefere, e a expansão para além das fronteiras geográficas aqui com os nossos canais digitais desenhados para os nossos clientes.

Então, é uma estratégia que se baseia em todos os canais para que ele tenha toda a comunidade, os nossos parceiros, terceiros e correspondentes, todos os canais que o cliente escolher para ter acesso a isso, que entendemos que é e vai ser cada vez mais esse melhor ecossistema para o público 50+.

Tudo isso junto, essa expansão liderada pelo digital nos leva, na última linha, a resultados recorde nos últimos anos, quando expandimos o período de observação também até 2020. Então, aqui destacamos que, apesar de períodos complexos, em todos os anos o Banco foi capaz de retornar um ROAE ou igual, ou superior ao KE, que é o custo de capital próprio aqui do Banco.

E aqui vale destacar: 2020 e 2021, pandemia, onde tivemos um período de concentração de óbitos, principalmente nos 50+. Isso traz um impacto de balanço no Mercantil, cuja principal carteira é consignado. E depois, seguido, claro, dos efeitos da pós-pandemia, em que estamos falando de alto endividamento bancário, alta inadimplência, alta inflação e, por que não, o aperto monetário, onde a taxa básica de juros, a Selic, saiu de 2% para 13,75%, o que pressiona inerentemente o custo de funding do Banco, dos bancos em geral, e não é diferente aqui para o Mercantil.

Então, acho que é um período bastante desafiador para todo o setor bancário, e o Banco conseguiu mostrar consistência de retorno e resultado, resultados recorde ano após ano. Isso mostra a resiliência de um banco de 80 anos, com seu aspecto conservador, mostra disciplina na execução desse time de talentos que eu comentei anteriormente, mostra a nossa capacidade de adaptar, o nosso trabalho tesouraria, de *asset liability management*, a nossa estrutura de hedge para suportar essa alta de Selic, mostra essa baixa volatilidade de resultados se comparado com os nossos pares, e indica também que os ventos favoráveis, como esperamos, de queda de Selic possam nos trazer a patamares de rentabilidade ainda melhores, conforme entendemos que essa inflação vai ficar um pouco mais contida, abrindo espaços, portanto, para a queda dessa taxa básica de juros, a Selic.

Todo esse crescimento foi refletido no preço das ações do Banco, mas aqui, uma foto das ações preferenciais do Banco, que cresceram 85,8% no período, bastante acima do índice Ibovespa, mas aqui cabe destacar que o nosso entendimento é de que esse crescimento é só uma proxy da capacidade real de geração de valor do Banco.

O papel possui uma baixa liquidez, um baixo volume de transações, o que faz com que, no nosso entendimento, o preço não reflita o valor adequado de tudo o que vem sendo feito e contado aqui no Banco Mercantil.

Então, o nosso entendimento é de que um aumento da liquidez desse papel provavelmente acarretaria um destrave de valor ainda maior, ou bem maior do que esse aqui observado em tela.

Então, aqui uma proxy observada já pelo mercado e de todo o trabalho que vem sendo feito, e aí unindo lucro líquido, dividendos e valorização de ações, temos um indicador que é o TSR, *total shareholder return*, que coloca também o Mercantil em um universo de observação de três, cinco anos ou um ano, também no top 3 da indústria bancária.

Dando sequência aqui, a cada trimestre eu gosto de passar pelos principais indicadores de performance e de passar a bola para o Paulino, para que se aprofunde em cada um deles. E aqui, acho que o primeiro destaque, todos os indicadores, sem exceção, apresentaram uma melhora sensível quando comparado ao mesmo trimestre do período anterior. Todos eles aqui, todos que acompanhamos, o Banco conseguiu, no universo de um ano, melhorar de forma significativa.

Então, começando, claro, como já disse, pelo nosso principal motor de geração de resultado, a nossa carteira de crédito atinge R\$14 bilhões, com crescimento de 28%, 3x maior que o crescimento da indústria, e muito concentrada nessa carteira de qualidade, que é o crédito consignado, R\$7,7 bilhões, crescimento de 22%, e R\$3,1 bilhões no saque, aniversário de FGTS, crescimento de 100%. Essas duas linhas somadas, o consignado e o FGTS, representam hoje 77% do mix da nossa carteira de crédito expandida.

Isso justifica, como eu já falei, níveis de inadimplência também de excelência em relação ao setor bancário. Estamos falando aqui de 3% de inadimplência *over 90*, uma queda de 0,4 p.p. quando comparado ao mesmo período do ano anterior, o que é justificado pelo mix e pela estratégia de concessão e cobrança de crédito do Banco.

Mas, como eu disse antes, o Banco Mercantil não é só crédito. Temos a principalidade do cliente, temos clientes engajados que contratam toda nossa gama de produtos, serviços, seguros, cartões, que justificam e levam a essa receita de prestação de serviços de R\$576 milhões no ano, acima da folha de pagamento do Banco, que é uma métrica muito usada para ter um efeito de comparação; ou seja, a folha do Banco é mais que financiada por receita de prestação de serviço. E um crescimento, não podia ser diferente, proporcional àqueles 30%, o crescimento da base de clientes. Ou seja, são clientes e negócios crescendo de forma bastante correlata.

Ainda que tenhamos um *payout* de 25%, 27%, 28% e distribuamos parte dessa geração de resultado ao acionista, o reinvestimento desse capital aqui no patrimônio do Banco faz com que tenhamos conseguido, nesse período de um ano, crescer o índice de Basileia em 1,8 p.p., apesar também do crescimento de 28% da carteira de crédito.

Então, o Banco aloca em linhas de crédito cujo fator de ponderação de risco é mitigado, ou seja, 50% aqui no caso de consignado e FGTS, conseguindo também fazer uma gestão muito boa de seus níveis de capitalização, que são bastante acima do mínimo exigido regulatório de 10,5% pelo Banco Central do Brasil.

Aqui, vale ressaltar que o Banco consegue ser um dos poucos bancos do quadrante da indústria que tem um alto ROAE no período que estamos observando, tendo também uma alta capitalização, ou seja, baixa alavancagem e alto retorno. Então, um quadrante muito especial em que vimos colocando o Mercantil, todo esse trabalho que vem sendo feito.

Tudo isso também nos leva a uma margem financeira de 22,2%. O Banco vem conseguindo manter essa margem acima dos 19,5%, pelo menos, em torno de 20%, mesmo nos períodos

de Selic de 13,75%. Então, a melhora de mix e toda a estratégia de crédito permitem que o Banco tenha essa margem financeira bem destacada.

Também aqui, relembro o nosso custo de funding bastante abaixo dos pares, 27% advindo do público de INSS, que confia ao Banco as suas economias de uma vida. Então, isso ajuda também nesse funding pulverizado, abaixo dos 100% do CDI.

E aqui, também esperamos possíveis melhoras da NIM, que é a margem financeira do Banco, nos próximos trimestres, conforme observemos quedas na Selic; em que pese, do outro lado, estejamos bastante atentos ao que pode acontecer com os tetos, não só do produto de crédito consignado, mas também de saque aniversário do FGTS.

Tudo isso nos leva a um ROAE de 29,8%, um crescimento sensível de 13,1 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, e ao lucro anual recorde de R\$421 milhões, mais do que dobrando o nosso lucro recorde dos R\$200 milhões de 2022.

Com isso, fecho aqui essa parte desse highlight, Mercantil *at a glance*, e passo então para o nosso CFO a palavra, o Paulino, para que ele possa se aprofundar em cada um desses nossos destaques financeiros. Bom dia, Paulino.

### **Paulino Rodrigues:**

Bom dia, Gustavo. Bom dia a todos que nos acompanham. Como de hábito, vamos dar um pouco mais de cor à performance do Banco Mercantil no último trimestre e no ano de 2023, cobrindo aspectos como crédito, a capacidade de financiamento, o funding do Mercantil, as receitas de prestação de serviços, e também aspectos correlatos à capital e níveis de rentabilidade na Instituição.

Começando pelo principal motor do Banco, que é a sua carteira de crédito, tivemos mais um ano com crescimento acima do mercado, e a mesma coisa vale para o trimestre, a carteira como um todo crescendo 28%, atingindo a marca de R\$14 bilhões, em um período em que, se nós olharmos os dados do Sistema Financeiro Nacional divulgados pelo Banco Central ontem, e olharmos o recorte de pessoas físicas e recursos livres, o crescimento na base anual foi de 7,9%. Portanto, o Banco crescendo aqui a mais de 3x à velocidade do mercado, como tem ocorrido, conforme recapitulado pelo Gustavo aqui, ao longo dos últimos anos.

Destaque para nossa principal linha, que é o crédito PF, crédito pessoa física, consignado e INSS, a principal linha do Banco, que encerrou o ano com R\$7,7 bilhões, o que significa um crescimento de 22,2% na comparação anual, período em que o mercado cresceu 6,2%. De novo, um crescimento superior ao triplo daquele auferido pelo mercado.

Ao longo de todo esse período de cenário de inadimplência mais complicado, o Banco manteve a carteira expandindo principalmente em linhas, como costumamos falar, de risco soberano, dado que o pagador, ao fim e ao cabo, é o Governo Federal, nomeadamente o já referido consignado e INSS, e também a linha da antecipação do saque aniversário FGTS, que encerrou o ano com R\$3,1 bilhões, mais do que dobrando no período.

Essa linha, como sabemos, é classificada como crédito pessoal não consignado na série do Banco Central, o que nos impede de ter uma análise mais apurada do produto especificamente.

Contudo, se olharmos o crescimento do crédito pessoal não consignado, este crescimento foi, na comparação anual, de 5,5% em 2023. E quando somamos essas duas linhas, o crédito pessoal não consignado e a antecipação do saque aniversário FGTS, que perfizeram, ao final

de 2023, R\$5,1 bilhões, o crescimento observado na comparação anual foi de 54,5%. Portanto, aqui nós estamos falando de quase 10x o crescimento observado no mercado.

Outro destaque que eu gostaria de fazer, além do crescimento já aqui referido, é que a melhora da inadimplência, e nós falaremos um pouco mais sobre inadimplência daqui a pouco pode ensejar uma mudança nesse comportamento de mix. Que comportamento é esse? Nós encerramos, como indicado na tela, o ano de 2023 com 77% nas linhas que nós chamamos como de risco soberano, um crescimento de 6 p.p. em relação ao 4T22, quando totalizou 71%.

Essa tendência pode começar a sofrer alguma reversão, na medida em que a capacidade de endividamento das famílias e os indicadores de inadimplência comecem; e já começaram, pelo segundo trimestre em sequência observamos melhoria na inadimplência. Isso pode suscitar a possibilidade de termos uma expansão maior no crédito pessoal não consignado, que totalizou R\$2 bilhões, um crescimento de R\$100 milhões ao final do 4T23. Então, essa é uma tendência que eu gostaria de sublinhar.

Falando pouco da originação de crédito, que nos levou a essa carteira de R\$14 bilhões, alguns destaques aqui. Começando pela nossa principal linha, que é o crédito pessoal consignado e INSS, que teve uma originação de R\$1,57 bilhão no 4T23, que foi o melhor trimestre, da perspectiva de originação, do ano. Isso foi uma retomada importante, mantendo uma tendência que já havia sido observada no 3T, se confirmando no 4T.

Outro ponto que acredito que mereça comentário é uma redução na originação da antecipação do saque aniversário FGTS, que totalizou R\$360 milhões neste 4T23, uma queda significativa em relação aos níveis entre R\$500 milhões e R\$600 milhões que haviam sido observados nos três trimestres imediatamente anteriores.

Entendemos que isso se deveu a mudanças nos *economics* do produto, que, a exemplo do próprio consignado, tiveram mudanças nas taxas teto. Isso nos levou a fazer alguns ajustes nos *economics* do produto e nos patamares de comissionamento. Lembrando que, diferente da nossa operação de consignado, cuja originação hoje está 100% na nossa própria rede, a operação da antecipação do saque aniversário FGTS conta com uma distribuição por terceiros, por correspondentes bancários, e naturalmente que há uma sensibilidade aos níveis de comissionamento.

Entretanto, essa mudança, em que pese ter sacrificado em alguma medida a produção, se fez necessária pela mudança nos *economics* do produto, dado que nós procuramos manter uma disciplina na alocação de capital de forma a preservar a nossa linha, a nossa margem financeira líquida, em um patamar que, ao fim e ao cabo, nos proporcione um nível de retorno ao capital esperado pelos nossos acionistas.

Outro comentário que eu gostaria de fazer é em relação ao crédito pessoal não consignado. Vimos uma retomada nos níveis de originação, que voltaram a superar os R\$500 milhões, sublinhando um pouco uma mudança de tendência que eu comentei agora há pouco na tela anterior, de que esse produto possa vir a ter uma participação maior no mix, na medida em que as condições de contorno melhorem.

Seguindo então, falando um pouco de inadimplência, o Banco Mercantil, acredito que demonstrou ao longo dos últimos dois, três anos, conforme falado anteriormente pelo Gustavo, a capacidade de fazer uma gestão do risco de crédito bastante cuidadosa, em que pese o crescimento médio anual que nós vimos no portfólio de crédito na casa dos 30%.

Então, o Banco andou, pode-se dizer, na contramão do mercado, como o gráfico do lado esquerdo ilustra. Nós temos, na linha cinza, a inadimplência do Sistema Financeiro Nacional

de pessoas físicas recursos livres, que entendemos ser o benchmark mais próximo do nosso portfólio de crédito. Essa inadimplência sofreu uma piora consistente em 2022, até meados de 2023, e agora, pelo 2T, apresenta uma melhora, o que nos dá uma perspectiva mais positiva para a expansão de carteiras de maior risco.

Então, a inadimplência PF recursos livres do sistema atingiu 5,6% neste 4T23, e a nossa do Mercantil se manteve estável, em um patamar que eu diria de excelência no mercado, na casa dos 3%.

Quando nós olhamos, no gráfico do lado direito, a inadimplência *over 15 a 90*, que é o indicador antecedente do *over 90*, ela sofreu inclusive uma melhora de 0,1 p.p. nesse 4T23, encerrando o ano com o melhor número da série em tela de 1,6%, o que nos dá uma perspectiva positiva em relação ao começo de 2024.

Ainda dando um pouco mais de cor na questão da gestão do risco de crédito, na próxima tela, nós temos, no gráfico do lado esquerdo, a PDD, tanto em termos absolutos, em milhões de BRL, quanto em termos de percentual do portfólio, onde tivemos relativa estabilidade ao longo deste 4T, encerrando o ano nos mesmos 3,5% do portfólio observados no trimestre imediatamente anterior.

Já no gráfico do lado direito, quando observamos a carteira que rende juros, ou seja, aquela carteira classificada de AA a C, ela mais uma vez melhorou, atingindo 95,1%, uma melhora de 0,6 p.p. no 4T23. Tudo isso indicando que a nossa gestão do risco de crédito continua bastante precisa, bastante apurada, em que pese o crescimento acentuado da carteira.

Falando agora um pouco sobre as receitas de prestação de serviços, nós sempre buscamos enfatizar que, buscando obter aquela principalidade referida anteriormente pelo Gustavo, as receitas de prestação de serviço, e ter um portfólio de produtos e serviços que vá além do crédito, não só contribui para uma maior fidelização dos nossos clientes, como também proporciona ao Banco uma fonte de receitas que não alocam capital e que reduzem a dependência exclusiva do crédito, permitindo assim que o Banco consiga atingir os níveis de rentabilidade almejados, como foi o caso do exercício de 2023.

Então, como se pode observar no gráfico da parte superior esquerda do seu vídeo, as receitas de prestação de serviço encerraram o 4T com um patamar basicamente estável em relação ao trimestre anterior, na casa dos R\$151 milhões, um crescimento de 21% em relação ao mesmo período de 2023.

Cumpramos destacar, porém, que, ao longo do tempo, é cada vez menor a dependência do Mercantil das tarifas na composição desse mix. As tarifas representaram, como pode se observar na barra menor tipo de cor azul, 38% do total da receita de prestação de serviços auferida neste 4T. Isso é uma redução bastante expressiva em relação aos 50% que representava um ano antes. De modo que, seja por questões regulatórias, seja por questões concorrenciais, as tarifas vêm ocupando cada vez menos espaço no nosso mix de RPS, dando lugar a produtos aos quais os clientes atribuem maior valor, como é o caso de seguros, de cartões e de assistências.

E ilustrando um pouco a questão das assistências, como pode ser observado no gráfico do lado esquerdo, na parte inferior, os clientes ativos com assistências atingiram 290.000 neste 4T23, um crescimento de 171% em relação ao mesmo período do ano passado.

Esse é apenas um número que ilustra essa tendência que nós estamos deferindo, e que, no composto de resultados do Banco, ocupa um papel fundamental.

Falando agora um pouco de cartões, no gráfico do lado esquerdo temos a base de cartões ativa do Banco, cartões em utilização, que atingiu a marca de 2 milhões no 4T23. Eu diria que o ponto de destaque aqui é o aumento da base do cartão consignado, um produto ao qual nós começamos a dar mais ênfase desde o final do ano passado, e cuja base atingiu os 400.000 cartões ao final de 2023, dobrando a base em relação ao trimestre imediatamente anterior e quadruplicado em relação ao fechamento do ano passado. É um produto no qual o Mercantil esteve menos presente em períodos anteriores, e acreditamos que temos aqui, sim, um potencial grande de expansão.

A base de cartão como um todo, conforme ilustrado no gráfico, cresceu 34%, e o volume total processado, o TPV na sigla em inglês, cresceu 10%, superando o R\$1,4 bilhão.

Agora passando então para o lado do passivo, o lado do funding, uma característica distintiva do Banco Mercantil é, e continuará sendo, a capacidade de originar funding através da sua própria rede, a um custo inferior ao observado nos pares da indústria. De tal sorte que, como pode ser observado no gráfico circular do lado direito, os canais próprios – varejo e INSS – representaram 70% do total do funding do Banco ao final de 2023, proporcionando a ele um custo de 97,5% do CDI. Já falaremos um pouco mais sobre esse custo, um custo abaixo de CDI, comparável a bancos de porte bastante maior e, como já frisado antes, bastante inferior ao de pares da indústria do segmento de atuação.

Esse aumento no percentual tem duas razões principais. A primeira delas é a própria redução da Selic. Uma parte desse funding, e a maneira como ele é apresentado aqui é sem qualquer efeito de hedge, é prefixada, ou mesmo indexada a IPCA ou CDI com algum componente fixo, o chamado CDI+. Naturalmente que, quando o CDI e a Selic caem, essas linhas em percentual do CDI ficam mais caras.

E nós tivemos, neste 1T do ano, uma taxa Selic over média de 12,24%, uma redução de 1,4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior e de 1,03 p.p. em relação ao trimestre anterior. Naturalmente que isso produz um efeito quando olhamos o custo de funding. Então, esse é o primeiro aspecto.

O segundo é que tivemos uma operação de securitização, a primeira do Banco em cinco anos, que foi razoavelmente divulgada no mercado. Essa operação aconteceu em novembro, produzindo um efeito líquido no caixa do Banco de R\$1 bilhão. É uma operação na qual o Mercantil reteve 20% de cotas subordinadas, de tal maneira que a operação segue no balanço do Banco, e tendo tido o objetivo único de prover liquidez para financiar o crescimento da instituição.

Esse R\$1 bilhão de efeito no caixa se deu em novembro, fazendo com que o percentual de operações estruturadas observado no gráfico circular do lado esquerdo aumentasse, atingindo os 8%, e também aumentasse aqui na barrinha de operações estruturadas, onde essa securitização representa R\$1 bilhão, totalizando R\$1,6 bilhão no período. Naturalmente que essa operação tem um custo superior ao custo de varejo, fazendo com que o custo agregado aumente.

De toda sorte, o Banco continua possuindo um nível de custo de financiamento bastante competitivo, e esperamos ver no futuro novas operações, diversificando as fontes de funding do Banco.

O caixa encerrou este 4T em praticamente R\$4 bilhões, um nível bastante conservador, com o *liquidity coverage ratio*, que é uma das métricas acompanhadas pelo Banco Central, atingindo quase 2x o mínimo requerido, conforme ilustrado no lado direito da sua tela.



O Banco sempre teve, e continuará tendo, uma política conservadora de liquidez, em que pese o nível atingido neste 4T, dado que a operação de securitização se deu em novembro e ficou acima daquilo que vínhamos observando, que era um LCR+ de 1,6, 1,7 em trimestres anteriores, para onde deverá retornar, tornando mais eficiente a alocação desse capital. Esse R\$1 bilhão não teve tempo ainda de ser alocado ao final de 2023 e o está sendo neste 1T24.

Falando agora um pouco de capital, o índice de Basileia encerrou o exercício a um nível extremamente confortável de 17%, com o capital nível 1 em 12,7%, também um nível bastante alto. Encerramos o exercício com perspectivas positivas para a elevação do rating, tanto de S&P quanto Fitch, e tivemos um upgrade recentemente pela Risk Bank, que também faz a cobertura do Banco. Nosso PL fechou em praticamente R\$1,6 bilhão, alimentado fundamentalmente pelos resultados que o Banco vem auferindo.

Passando agora, então, aos níveis de lucro, que já foram bastante comentados pelo Gustavo, ilustrados aqui no lado esquerdo, eu vou me dedicar a falar um pouco mais sobre a margem financeira líquida, no gráfico do lado direito, que subiu quase 1 p.p., de 21,3% para 22,2%, sendo uma das melhores dos últimos períodos. E aqui, a explicação para isso se dá também pela redução da Selic, que eu referi quando falei do funding.

Então, se nós observarmos as despesas de captação do Banco no 4T em termos absolutos, elas inclusive sofreram uma redução comparada ao trimestre imediatamente anterior, apesar do crescimento do Banco no período.

Então, Selic e CDI, que andaram contra por bastante tempo, começam a andar a favor. Nós tivemos o 2T consecutivo com uma queda da Selic over média. Ela veio de 13,65% no 2T, passou para 13,275% no 3T e encerrou o 4T em 12,2402%, o que naturalmente produz um efeito positivo do lado do custo de captação, e isso é refletido na margem financeira líquida.

E, de outro lado, começamos a ver, no aspecto de originação, um efeito mix também favorecendo linhas de maior margem, como é o caso do crédito pessoal não consignado. Isso ainda é uma mexida muito marginal, mas que ajuda na composição da linha, onde cada pontinho decimal importa. E tivemos uma menor originação no FGTS, que é uma linha que conta com uma margem menor, em que pese ser uma linha que gostamos muito, e bastante saudável.

Tudo isso somado nos leva a um nível de retorno sobre ativo, no gráfico do lado direito, recorde para o Banco, de 2,5%, muito provavelmente o melhor da indústria. E considerando uma alavancagem que se manteve estável no período em 11,9x, chegamos aos ROAE já apresentado anteriormente aqui dos últimos 12 meses, de 29,8%, um nível de excelência na indústria e também na própria série histórica do Mercantil.

Com isso, encerramos a apresentação, e eu devolvo a palavra à Marina, para que possa conduzir a nossa sessão de perguntas e respostas. Marina, por favor.

**Participante (via webcast):**

Observamos um aumento na originação do consignado, em um cenário de redução das taxas teto. Como está sendo a dinâmica de originação desse produto?

**Gustavo Araújo:**

Eu responder essa. Eu acho que, fundamentalmente, o Banco Mercantil apresenta diversas vantagens competitivas quando damos um zoom no produto de consignado, em relação aos pares da indústria.

Acho que temos uma série histórica de dados muito robusta, que nos leva a uma previsibilidade boa de perda esperada, que aqui se dá por dois motivos: ou cessação de benefício, ou óbito. Então, temos estudos atuariais muito bons, por espécie de benefício, por idade, uma série de variáveis que fazem com que a perda de crédito no consignado seja bastante abaixo da média da indústria. Acho que esse é um primeiro ponto.

Segundo, o custo de originação do Banco, 38% originados através de aplicativo, ou seja, o custo mais barato possível. Terceiro, como o Paulino apresentou, o custo de funding, abaixo dos 100% do CDI e caindo em termos nominais, com a queda Selic.

Outro ponto, toda a nossa expertise operacional em relação às garantias do consignado. A palavra é averbação de garantias, ou seja, o banco consegue ter um back office de excelência em relação ao produto. Então, são diversas vantagens somadas, que fazem com que tenhamos muita vantagem mesmo de continuar crescendo o produto, mesmo em um cenário em que o teto vem caindo, em que o spread do consignado já é o menor da história, tirando março deste ano de 2023, então o segundo da série histórica. Então, usamos o CDI de dois anos para precificar o consignado, dois anos e meio, o DIF 28, 27 para fazer a composição, e esse ainda não caiu conforme a Selic.

Então, são diversos pontos que vamos fazendo para conseguir crescer, mesmo em um cenário desafiador, falando de consignado. Acho que, por um lado, esperamos continuar crescendo, o Banco tem diversas alavancas de crescimento se observarmos essas margens do produto melhorando, o que deveria acontecer com a queda de Selic. Temos essas vantagens competitivas que nos permitem crescer acima de mercado, acho isso fundamental.

Mas cabe destacar que tem um grupo grande de clientes já que ficaram com o atuário mais arriscado, que estão sendo excluídos dessa composição de limites, não só do Mercantil, mas do mercado, uma vez que esse teto de consignado tende a ser menos técnico na sua composição.

Então, esperamos aqui uma convergência para limites técnicos do teto de consignado, que guardem, sim, a correlação com a queda de Selic, mas que permitam ao Mercantil continuar tendo essas vantagens competitivas, distribuindo bem seus produtos, entrando, conforme a margem fica mais rentável, caso não tenhamos outras mexidas no teto, em outras linhas, em que hoje o Banco está apenas em piloto. Por exemplo, a portabilidade, que já inerentemente tem uma queda de taxa em relação ao teto para trazer esse cliente, e os custos de ressarcimento.

Então, são diversos pontos para observarmos. Acho que o Mercantil pilota muito bem esse mercado. É um mercado que agora está um pouco mais complexo, então conseguimos usar nossa vantagem competitiva para tomar share. Por exemplo, o cartão consignado, que tem a margem um pouco melhor, o Banco está com 17% de share, e vamos calibrando essa dinâmica.

Achamos o mercado muito pujante, estamos falando de quase 40 milhões de aposentados. É uma linha muito procurada. Estamos falando da terceira linha mais barata do Brasil para pessoas físicas, que deve continuar crescendo, e o Banco deve continuar mantendo essa posição de crescimento acima do mercado, 3x acima do mercado, conforme o mercado se ajusta a cada mexida de teto, a cada queda de Selic, o que é normal em um diálogo democrático saudável de um país.

Mas achamos que, independentemente do cenário, teremos, sim, uma posição de liderança, sempre olhando conforme a governança do Banco, e isso é importantíssimo de destacar, a tomada de decisão para manter a NIM do Banco acima dos limites mínimos que esperamos, portanto levando a alocação do capital do Banco em linhas acima de KE.

Acho que isso fecha bem como é que tentamos crescer e tomar a liderança sem abrir mão aqui da rentabilidade.

**Participante (via webcast):**

A nova regulamentação de instrumentos de captação isentos impacta a estratégia de funding do Mercantil? E qual é a trajetória esperada para o custo de funding?

**Paulino Rodrigues:**

Acho que essa eu respondo. Primeiro, essa mudança é bem recente. Assim como o mercado, estamos digerindo. Mas, ao fim e ao cabo, o Banco nunca teve nenhuma emissão desses instrumentos incentivados. Inclusive, protocolamos a primeira antes da mudança da regulação. Então, nós teremos uma operação que virá ao mercado no mês de março, onde a expectativa é captar até R\$500 milhões através de um CRI.

Essa vai ser a primeira e, pelo jeito, a última, dado que agora houve essa vedação. Então, oportunisticamente, nós vamos executá-la e, daí por diante, não executaremos mais.

Então, é uma oportunidade que estamos aproveitando, assim como diversas outras instituições o fizeram, enquanto a regulação assim o permitir, e que deixará de existir. Isso não mexe na nossa estratégia de funding, porque não era um instrumento que tínhamos tanto até então. E também, por questões de lastro, mesmo que não houvesse uma mudança na regulação, haveria limitações para repeti-la posteriormente. Acho que essa é a resposta.

Com relação ao custo de captação, podemos ver agora, como aumentamos um pouco o mix nas operações estruturadas por conta da operação que eu referi, finalizada em novembro. Isso pode ter uma melhora ali no curto prazo, na medida em que esse tipo de operação um pouco mais cara ceda espaço ao varejo nesse princípio de ano, mas vai depender muito da velocidade que o Banco cresça.

Na medida em que o Banco crescer mais que as nossas fontes de funding próprias, teremos que recorrer a fontes um pouco mais caras, mas sempre observando a NIM, a nossa margem financeira líquida, e os níveis de rentabilidade do Banco.

Então, isso é uma calibragem fina, em linha com tudo que o Gustavo acabou de referir com relação aos produtos, que fazemos e que passa também pelo funding.

**Pergunta (via webcast):**

Como o Banco Mercantil vê o aumento da concorrência nas suas principais linhas de crédito?

**Gustavo Araújo:**

Acho que muito na linha do que do que eu acabei de comentar. Ainda vemos vantagens competitivas pouco replicáveis. Não tem aqui uma bala de prata, são diversas vantagens somadas nessa receita dos nossos principais produtos. Então

Por exemplo, consignado não é um produto que carece de competição. É um produto bastante competitivo, há bastante tempo. Muitos players competem para conseguir distribuir esse produto. Claro, tem gente competente entrando, que acho que tem condições de fazerem excelentes trabalhos, mas acho que muda pouco a estratégia do Banco de continuar crescendo, de continuar mostrando essas vantagens competitivas; não só as que eu acabei

de dizer em relação ao produto de consignado e todas aquelas vantagens, mas também em relação à estratégia.

O Banco Mercantil não vê o consignado como uma operação única. Vemos o consignado em um contexto de cliente, um contexto de portfólio e de ecossistema. Então, hoje, o fato de termos acesso a todos os leilões do INSS, desde o estoque até o leilão 2009, 2014, 2019, faz com que tenhamos uma barreira de entrada bastante relevante versus os novos entrantes, para que possamos ter essa principalidade, para que consigamos ter o domicílio do cliente, para que consigamos fazer o *cross-sell* de outros produtos, como o Paulino apresentou, não financeiros, assistência, seguros, que compõem margem, que permitam que o Banco consiga competir no crédito de uma forma vantajosa.

Ou seja, na estratégia, e aí juntando com a nossa estratégia de distribuição de produtos bastante barata e competitiva, com as lojas físicas, que são importantes no mix da estratégia, com a nossa evolução no WhatsApp e nos canais digitais, no aplicativo, acho que tudo isso, cada pedacinho desses confere ao Mercantil características que em seu todo são muito complexas de replicar.

Então, acreditamos que a competição vai aumentar, é claro. É um produto defensivo e de qualidade, de risco, soberano na última instância, mas acreditamos que continua competindo, crescendo conforme o mercado cresce e envelhece.

Vamos lembrar que o mercado endereçável, o *total addressable market* vai crescer, o que dá espaço também para entrada de novos players, mas não só crescer conforme o envelhecimento populacional, mas também crescer tomando share, que é o que temos feito nos últimos anos e trimestres, e esperamos continuar fazendo, principalmente agora, em um período em que achamos que a inadimplência vai cair, que a Selic deve cair.

Ou seja, tem tudo para o Banco seguir crescendo e entrar em linhas não exploradas. Por exemplo, a portabilidade, que representa 50% a 60% do mercado de consignado e o Banco optou por ficar de fora para ficar em linhas mais rentáveis naquela nossa estratégia de manter a NIM acima dos 20%, 19,5%, e o ROAE em níveis de excelência.

Então, eu acho que tem muita alavanca para crescer. Estamos bem positivo de que, nesse mix de novos competidores, melhora macroeconômica e aumento de mercado endereçável, ainda temos muito mais para fazer, crescer e rentabilizar o Banco.

**Participante (via webcast):**

Qual a perspectiva do ROAE e payout para 2024? Acreditam que existe espaço para a evolução quando comparado com 2023?

**Paulino Rodrigues:**

Está ficando difícil de bater o ROAE. Acho que atingimos um patamar de excelência da indústria, batendo nos 30%, 29,8% nesse 2023. 2024 tem ventos favoráveis, conforme o próprio Gustavo acabou de comentar. Entendemos que segue um ciclo de afrouxamento monetário, o que nos ajuda, assim como também esperamos uma continuidade na capacidade de consumo e de endividamento das famílias, o que tem se refletido nos últimos dois trimestres com a melhoria dos índices de inadimplência do Sistema Financeiro como um todo. Isso pode abrir espaço para crescermos em outras linhas.

Então, não divulgamos guidance, mas entendemos que, dado esse contexto, temos condições de rodar com esses níveis de ROAE superiores a 25% ao longo de todo exercício

de 2024, e oxalá consigamos manter ou mesmo superar esse nível observado em 2023, mas que foi, conforme referido ao longo de toda a apresentação, um nível muito bom.

Então, estamos trabalhando aqui para isso, para manter e garantir que nossos acionistas continuem sendo muito bem remunerados.

Parte da pergunta era sobre payout. Foi isso, Marina?

**Marina Magalhães:**

Isso. ROAE e payout.

**Paulino Rodrigues:**

Vimos mantendo 25,9% de payout – inclusive, já deve estar depositado na conta dos nossos acionistas o pagamento dos dividendos na forma de juros sobre capital próprio referente ao 4T23. Isso está sendo creditado hoje nas contas de nossos acionistas. Temos um *dividend yield* no ano de 8%, que é bastante razoável, e a tendência é a manutenção desses níveis, até porque precisamos financiar o crescimento do Banco com a capitalização dos seus resultados.

**Participante (via webcast):**

O Paulino comentou sobre a mudança no teto do FGTS, o que impactou a originação da linha. Podem dar mais detalhes sobre a mudança e o que esperar em termos de originação daqui para frente?

**Paulino Rodrigues:**

No FGTS, o teto mexeu. Ele mexe um pouco depois. Tradicionalmente, primeiro mexe o teto do consignado e INSS, que tem se movido *pari passu* com a taxa Selic, o que espremeu os spreads da indústria, e o Gustavo já falou sobre isso, que está hoje no seu nível mais baixo da história.

Então, não é que tem spreads sobrando. É um produto hoje bastante pressionado em termos de margens, e aí temos alguma experiência e expertise em como operar o produto, mesmo nesse cenário mais desafiador.

Baixa o INSS e na sequência costuma baixar o FGTS, que é o que tem acontecido, e isso espreme a margem do produto. No nosso caso, esse produto, o FGTS, operamos por meio de canais terceiros, os chamados correspondentes bancários, e aí temos que ajustar os *economics* do produto, e foi o que fizemos. Isso, naturalmente, provocou uma redução dos níveis de comissionamento, e isso entendemos que acabou refletindo um pouco na originação.

Por outro lado, 2024 já começou um pouco mais acelerado, então talvez tenha aqui uma questão de sazonalidade, porque quando olhamos o 4T, a originação do FGTS no 4T22, ela também teve esse comportamento. Então, isso pode ter alguma relação ali com o pessoal recebendo o 13º salário, tomando menos a linha. É uma coisa que ainda estamos aprendendo, dado que é um produto que não tem tanto tempo de mercado como tem o consignado.

Mas é isso. A perspectiva que vemos é de que está se esgotando o espaço para esse nível de redução contínua de ambos os tetos. Isso vai, em algum momento, tendo continuidade, e isso já está tendo reflexos na originação. Nós já temos estudos demonstrando isso, de

mercado, principalmente para os públicos mais idosos, que são os que têm maior risco atuarial. Então, acaba sendo contraproducente, me parece, seguir indefinidamente fazendo essa redução, até porque boa parte dos custos da indústria é fixa.

Mas tudo isso é para dizer que ambos os produtos estão extremamente competitivos em termos de spread, muito apertados. E agora nós temos, como o Gustavo referiu, uma série de vantagens competitivas que nos colocam, quando olhamos em relação à concorrência, em uma posição privilegiada.

O que eu quero dizer com isso? Que competidores que não possuem algumas dessas vantagens competitivas vão acabar sofrendo mais que nós.

Então, o que enxergamos? Enxergamos que vai parar essa queda em algum momento. Acreditamos que no patamar de 1,70; hoje está em 1,76, achamos que isso deve ir até 1,70, e a partir daí fica muito complicado seguir baixando pelos custos fixos envolvidos. Mas essa é a dinâmica que vemos para a indústria. Espero não ter falado demais aqui, mas é como enxergamos.

Quer complementar, Gustavo?

**Gustavo Araújo:**

Excelente. Só falando do FGTS, temos aqui algumas características interessantes. Ele é um produto que não tem perda de crédito. No final das contas, a estrutura de garantias dele faz com que a perda esperada seja zero. Então, ainda que o teto seja um pouco menor; ele é um pouco maior que o consignado hoje, 1,76, o outro é 1,80, mas ele é substancialmente menor que o 2,05 que rodamos até o 3T. Então, essa redução faz com que ajustemos os *economics* na distribuição, como bem referido pelo Paulino.

Então, custo de distribuição através de correspondente bancário, custo de distribuição através do digital, que é o CAC, que é o Google Ads, Facebook Ads, todas as nossas mídias de colocação desse produto também nos canais digitais, e isso acaba fazendo com que, para manter a rentabilidade, o Banco ajuste nessas duas principais linhas.

Mas é um produto que diversifica bem nosso portfólio, que tem uma perda muito boa. Acho que é o produto mais seguro do mercado, que diversificou bem o nosso portfólio, e que tem essa sazonalidade, esse espaço para crescer.

E o ponto acho que é fundamental, já tangenciado, é entender a profundidade de mercado. Acho que o Mercantil mostrou execução rápida, um *lead time* muito rápido para colocar esse produto no ar. Fomos um dos cinco primeiros bancos a sair com esse produto, fizemos uma carteira de R\$3 bilhões, mas é um produto que era novo e agora, conforme o tempo passa, temos novos entrantes, novos competidores, e também menos do mercado endereçável. O produto vai perdendo a profundidade.

Acho que nesse mix de taxa, toda essa governança do Banco de manter NIM, de manter os retornos, ajustando portanto os níveis de CAC, principalmente nessa aquisição de novos clientes, fizeram com que tivéssemos um trimestre um pouco mais retraído, mas que já observamos uma melhora neste 1T.

Então, vamos observar o que vai acontecer com os tetos, mas acho que cai para o mercado como um todo, e o mercado se ajusta. E esperamos ter também essa linha como uma diversificação importante de portfólio.

**Participante (via webcast):**

Podemos considerar que os R\$150 milhões de lucro trimestral representam um novo patamar de resultados para o Banco?

**Paulino Rodrigues:**

Vimos apresentando crescimento de resultado contínuo. Olhamos aqui séries tanto anuais quanto trimestrais, e ele vem subindo de patamar e atingiu essa marca histórica de R\$150 milhões, pouco mais de R\$150 milhões no 4T.

E queremos que continue, obviamente, crescendo. Mas temos que destacar que este trimestre tem alguns eventos ali, por exemplo, um volume de JCP um pouco maior, que ajudaram neste resultado do 4T e que não vão acontecer no 1T24. Então, entendemos que vai ficar acima dos R\$100 milhões que vínhamos rodando nos outros dois trimestres anteriores, mas possivelmente um pouco abaixo desses R\$150 milhões no 1T.

Ainda assim, obviamente, um resultado muito bom. Mas ao longo do ano entendemos que, quando olharmos a série anual, esperamos que a carteira siga em um crescendo e, portanto, o resultado siga em um crescendo, ajudado ainda por um vento favorável, que é a redução da Selic.

Então, entendemos que vai seguir durante 2024 com crescimento, mas o 1T, naturalmente, por aspectos sazonais, pode ficar um pouco abaixo desse patamar de R\$150 milhões. Então temos que ter um pouco de cuidado aqui na gestão dessa expectativa.

**Participante (via webcast):**

Alguma iniciativa no radar para aumentar a liquidez da ação?

**Paulino Rodrigues:**

Eu estou no embalo, eu falo e depois o Gustavo complementa. Sabemos que a ação do Banco, o próprio Gustavo falou isso na apresentação, padece de uma liquidez baixa, o que entendemos que impede uma destrava de valor maior para os nossos acionistas e, inclusive, que o patamar que ela ocupa hoje refletiria a falta dessa destrava de valor por uma liquidez maior.

Então, sim, nós temos perspectivas de, em algum momento, ter ações no sentido de dar mais liquidez para o papel, e entendemos que isso vai provocar uma captura maior de valor para os nossos acionistas.

Isso, claro, depende de condições de mercado e, quando tivermos alguma coisa concretamente, naturalmente que será divulgado oportunamente ao mercado.

**Marina Magalhães:**

Obrigada, Paulino. Obrigada, Gustavo. Pessoal, gostaria de agradecer a audiência e a participação de vocês. Para qualquer questão adicional, O departamento de Relações com Investidores está à disposição pelos contatos que estão na tela.

Então, muito obrigada mais uma vez, Gustavo e Paulino, pela apresentação. Desejamos um ótimo dia a todos.

**Gustavo Araújo:**

Obrigado. Bom dia a todos.

**Paulino Rodrigues:**

Muito obrigado. Bom dia.

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