

agi

4T24

Apresentação  
Institucional



# O Agibank é um Modelo de Negócios Único

Bancos Tradicionais



Bancos 100% Digitais



## Revolucionando

- o Mercado de Crédito ao Consumidor no Brasil

## Empoderando

- o maior e mais crescente segmento da população brasileira

## Facilitando o acesso

- aos seus benefícios e a serviços financeiros em nossa plataforma especializada



agi

Uma história  
**ÚNICA**  
de sucesso

## Vantagens competitivas

sobre Bancos Tradicionais e 100% Digitais

## Fortes Resultados

aliando alto crescimento e rentabilidade, com um ROAE de destaque no setor

## Carteira de baixo risco

em um Banco de Relacionamento Completo

# Estamos Conquistando o Mercado com Forte Crescimento & Lucratividade





agi



**Mercado Endereçável Vasto e Crescente**

O Brasil é um dos  
Maiores Mercados do Mundo...

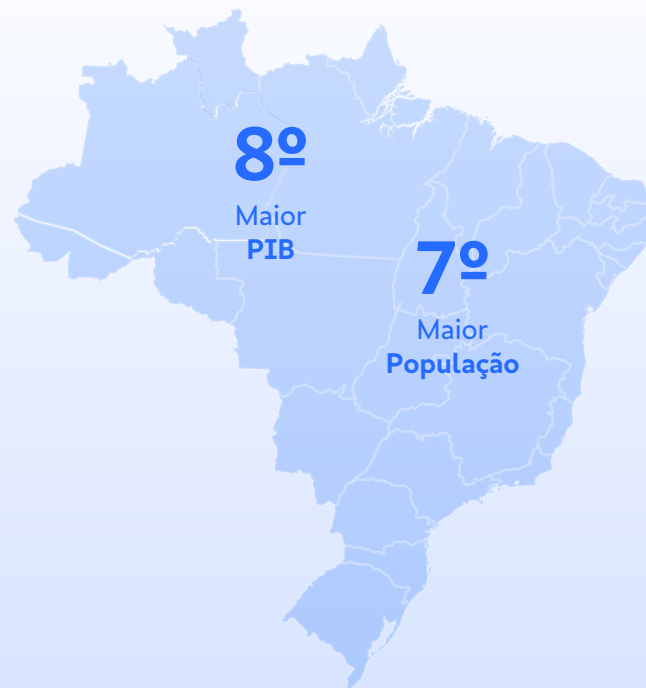
...mas 50% desse mercado é  
Subatendido ou Negligenciado

USD **2,3**  
Trilhões de PIB

**+200**  
Milhões de  
pessoas

**100**  
Milhões de Pessoas

- ✓ **Beneficiários**
- ✓ **Trabalhadores de baixa renda**  
(<USD 350 de renda mensal)



- Idade mais avançada
- Baixa renda
- Baixo conhecimento tecnológico
- Baixo acesso à educação
- Moradia nas periferias

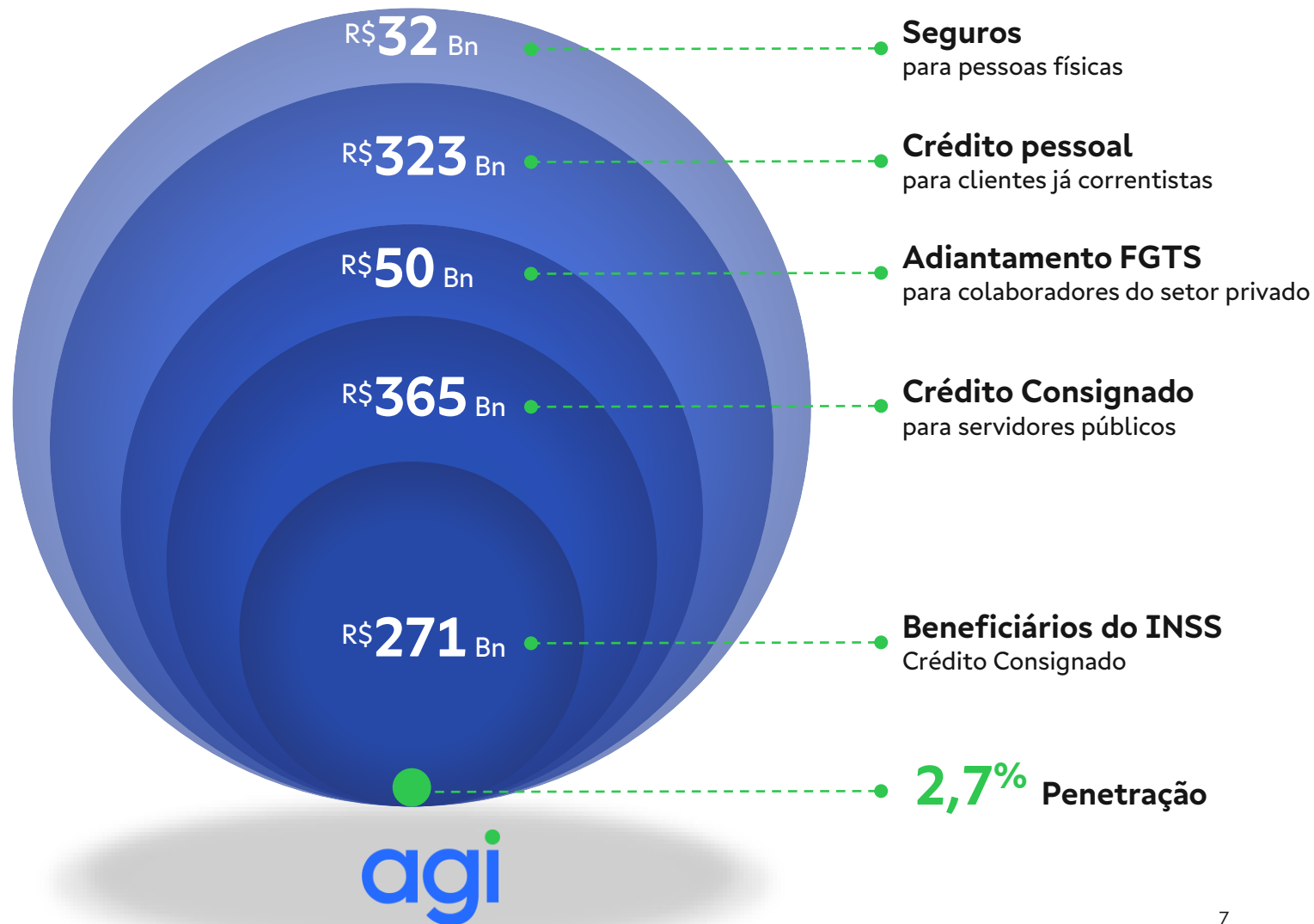
...este é o  
Segmento da População Que  
Mais Cresce

Foco no Maior e Mais  
Crescente Segmento  
Populacional

Mercado endereçável de

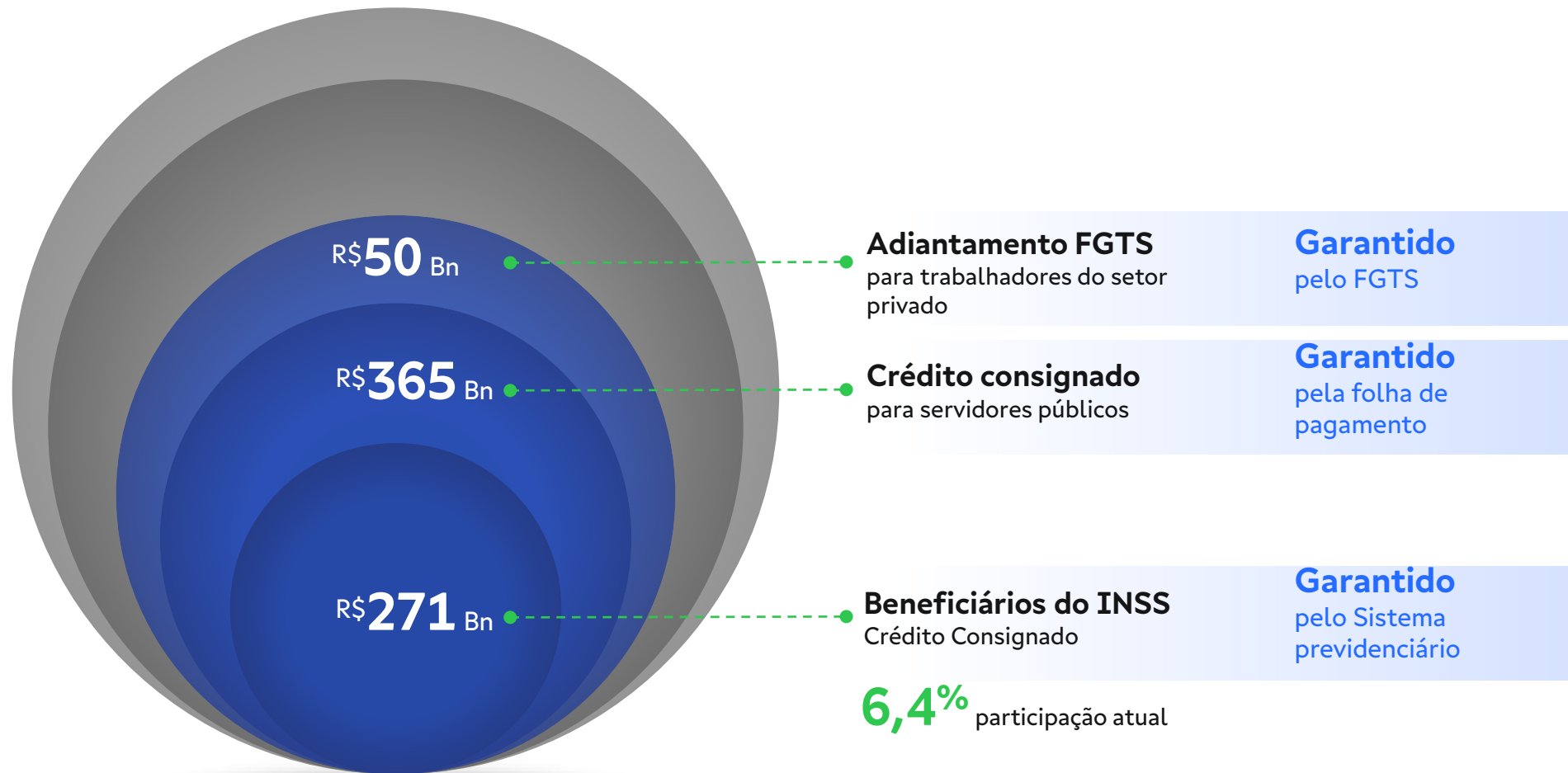
R\$ **1** Trilhão

Representando uma  
oportunidade mercado  
**Massiva & Pouco**  
**Penetrada**



Mercado endereçável de  
R\$ **664** Bilhões

...Com um  
**Baixíssimo Risco de  
Crédito**





## Os Bancos tradicionais Atendem Muito Mal este Mercado...

Filas enormes...



- × **Os beneficiários são frequentemente ignorados**
  - Os bancos não se importam com consumidores de baixa renda
  - Pouca oferta de produtos desenhados para este público
  - Histórico de atendimento insatisfatório
  - Taxas excessivas

...experiência frustrante e indiferente



- × **Experiência desagradável do cliente**
  - Locais pouco acolhedores
  - Muita burocracia
  - ZERO relacionamento
  - Nenhuma educação
  - Aplicativos pouco intuitivos
  - Nenhuma assessoria financeira

## ... e os bancos 100% Digitais Não Podem Atender Este Mercado



### × **Presença física é obrigatória para atender os beneficiários do INSS**

- Governo brasileiro determina que todo pagador de benefício tenha presença física

### × **Não passam confiança para a população idosa**

- Que preferem acessar serviços financeiros pessoalmente, para estabelecer confiança através de assessoria financeira

### × **Orientados ao público mais jovem, nativos digitais**

- Publicidade principalmente por meio de canais digitais ou sociais
- Produtos desenhados para um público mais jovem

agi



**Vantagens Competitivas**



...e munido de  
**Vantagens Poderosas**

- ✓ **Estratégia Superior**  
de Aquisição de Clientes
- ✓ **Diferenciada**  
Proposta de Valor
- ✓ **Inteligentes**  
Insights sobre o Cliente
- ✓ **Mais Eficientes**  
Operações
- ✓ **Baixo Risco**  
Carteira de Crédito
- ✓ **Alta**  
Geração de Lucros



**O modelo Agi  
é Vencedor...**

## Nossa rede de Smart Hubs



### ○ Smart Hub do Agi



**Locais físicos convenientemente localizados perto de nossos clientes para que eles possam:**

- Abrir uma conta corrente
- Receber seus benefícios
- Sacar dinheiro com segurança
- Solicitar empréstimos
- Receber suporte humano especializado

**Smart Hubs não são agências bancárias**

- Paperless e Cashless
- Custos operacionais mais baixos
- Sem segurança armada



## Nossa rede de Smart Hubs

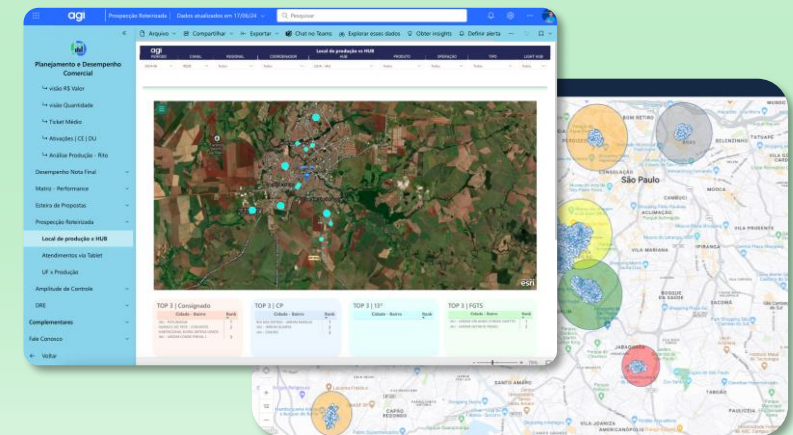


## Vantagens para o cliente e para o Agibank

- ✓ **Baixo Custo de Aquisição dos Clientes**  
estabelecido por uma marca forte
- ✓ **Asset-Light**  
CAPEX de ~USD 25k por smart hub
- ✓ **90% Mais Eficientes**  
custos operacionais mais baixos em comparação com as agências bancárias tradicionais
- ✓ **Breakeven de 9 meses**
- ✓ **Barreira de Entrada**  
presença física é um requerimento para ser pagador de benefício do INSS

## Expansão baseada em Dados

- **Abordagem Orientada por Dados para a Abertura de Novos Hubs**
- **Considera métricas de tráfego**
  - Localização de competidores
  - Alto fluxo de pessoas
  - Custo de operação



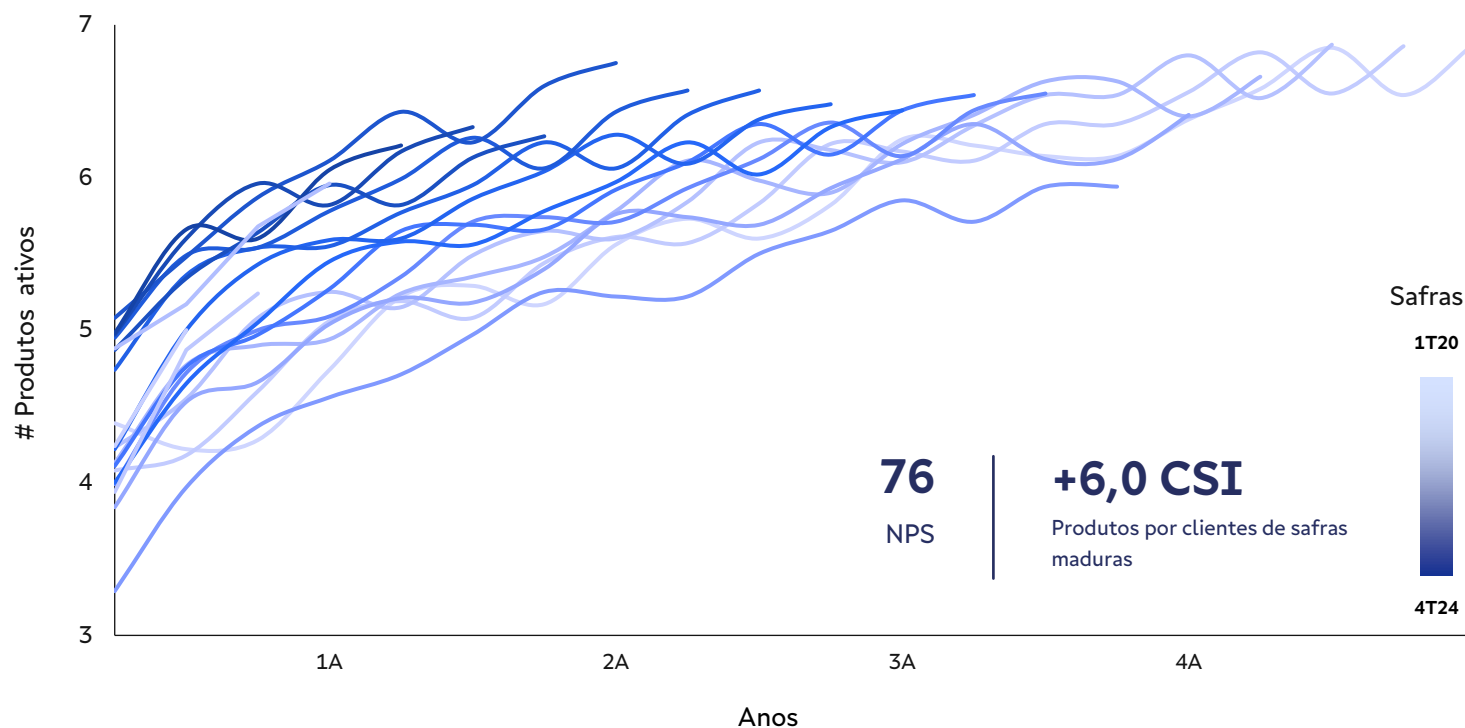


# Resultados 4T24

(Valores expressos em milhões de reais, exceto se indicados de outra forma)

# Índice de Cross Selling

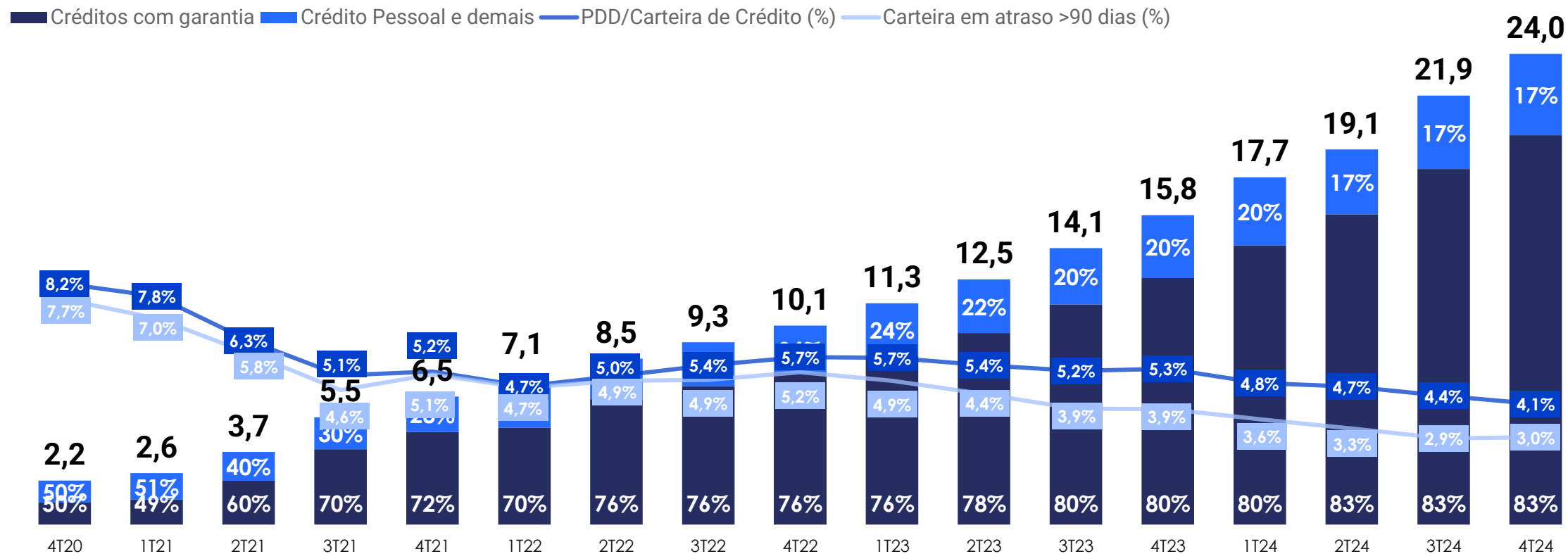
Quantidade de produtos por safra



- Conta Corrente
- Pix
- Crédito Consignado
- Crédito Pessoal
- Seguros
- Cartão de Crédito Consignado
- Cartão Benefício Consignado
- Saque Aniversário (FGTS)
- Cartão de Débito e Crédito
- Limite de Conta
- Investimentos

# Evolução da Carteira de Crédito (R\$ bi)

A mudança de mix ao longo dos trimestres é acompanhada por melhora nos índices de inadimplência

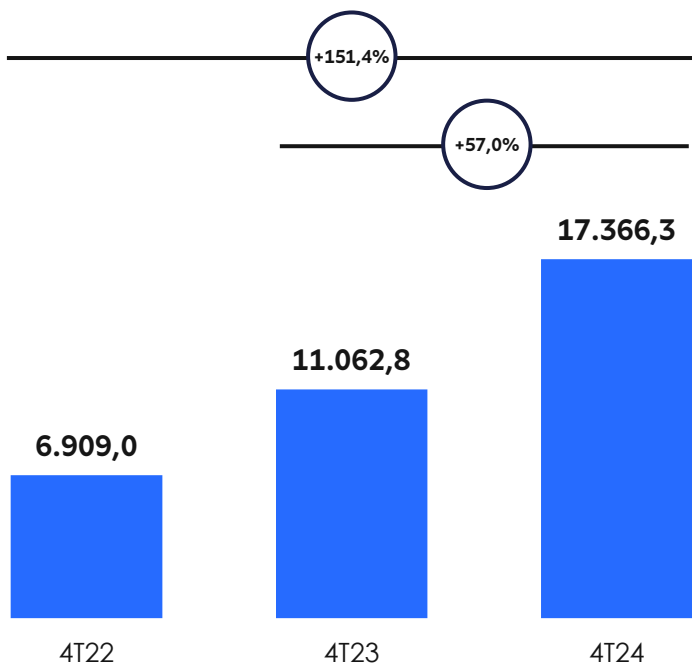


\*Créditos com Garantia: Crédito Pessoal Consignado, Cartão de Crédito Consignado, Cartão Benefício Consignado, e Crédito FGTS.

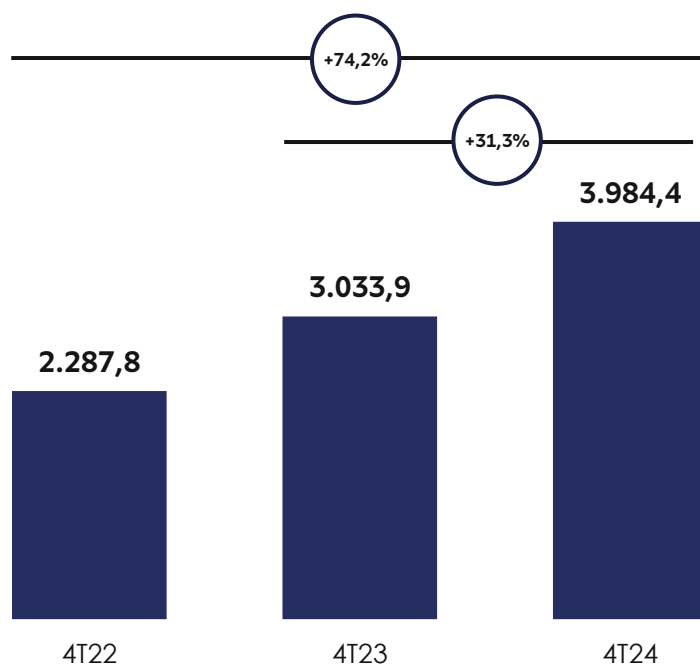
# Breakdown de Carteira



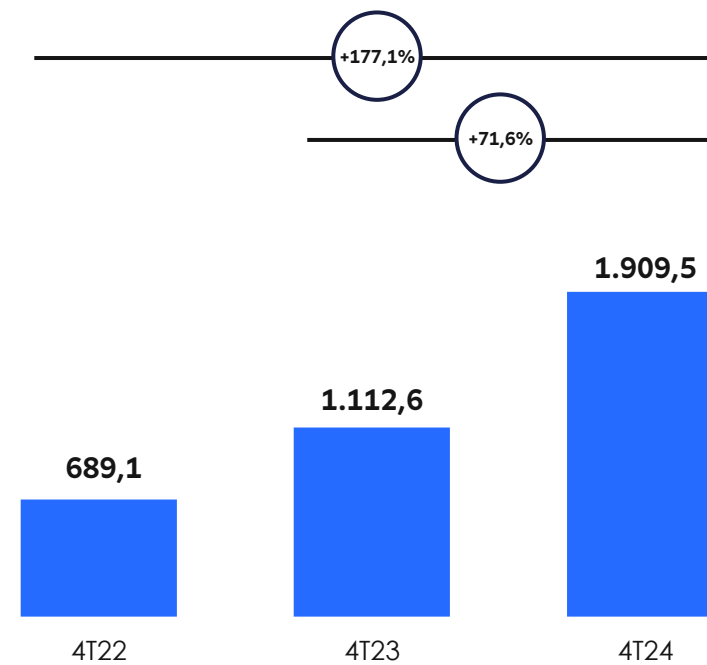
## Crédito Pessoal Consignado



## Crédito Pessoal

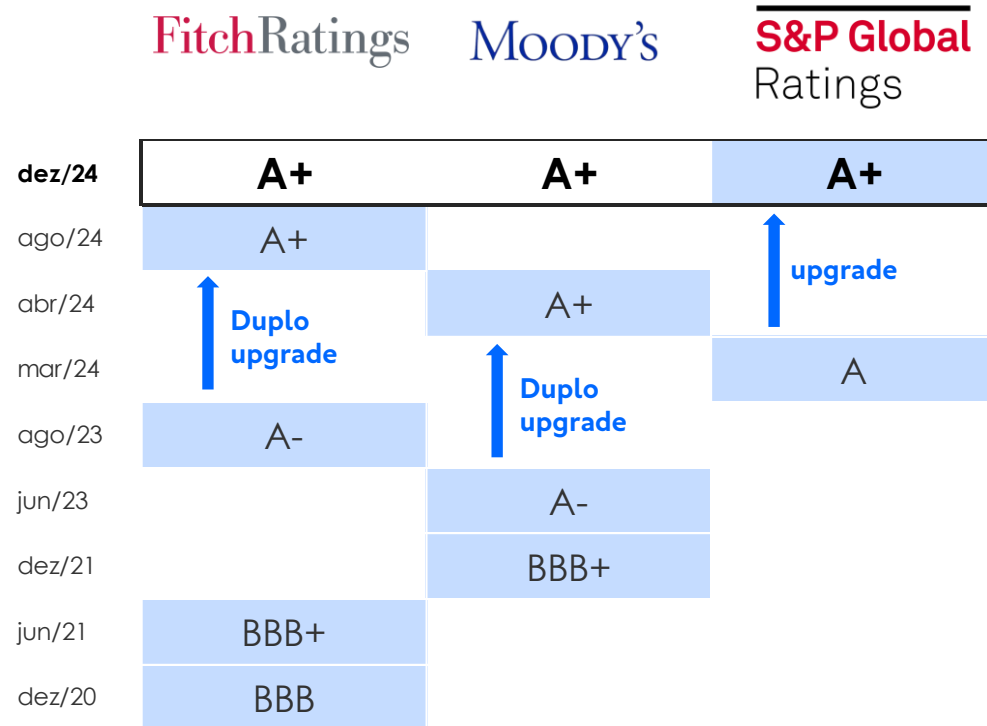


## Cartões Consignados

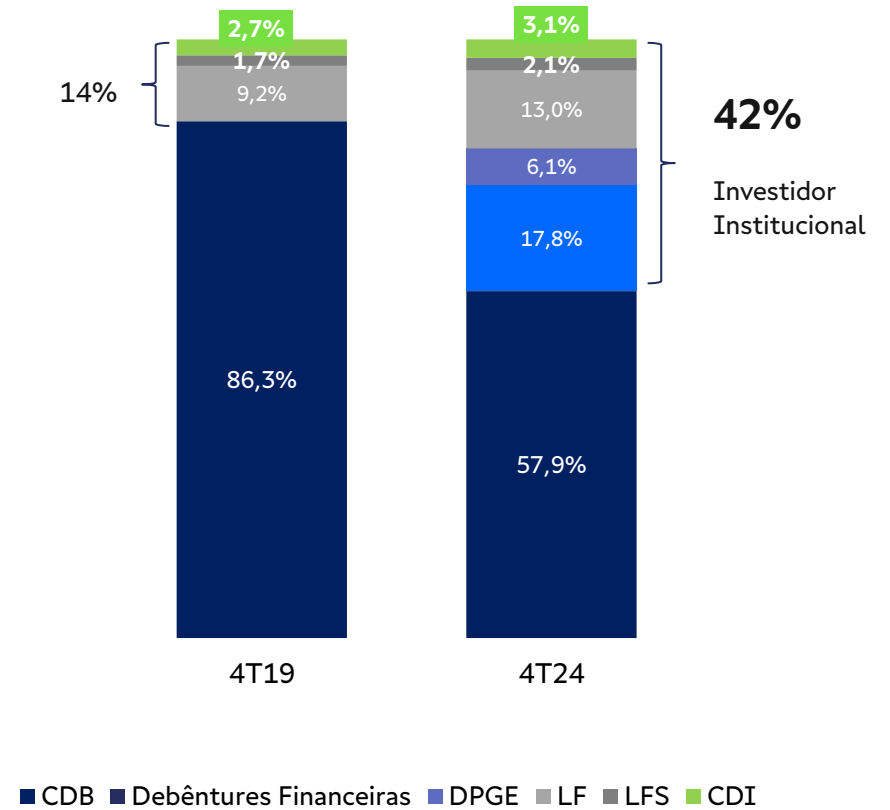




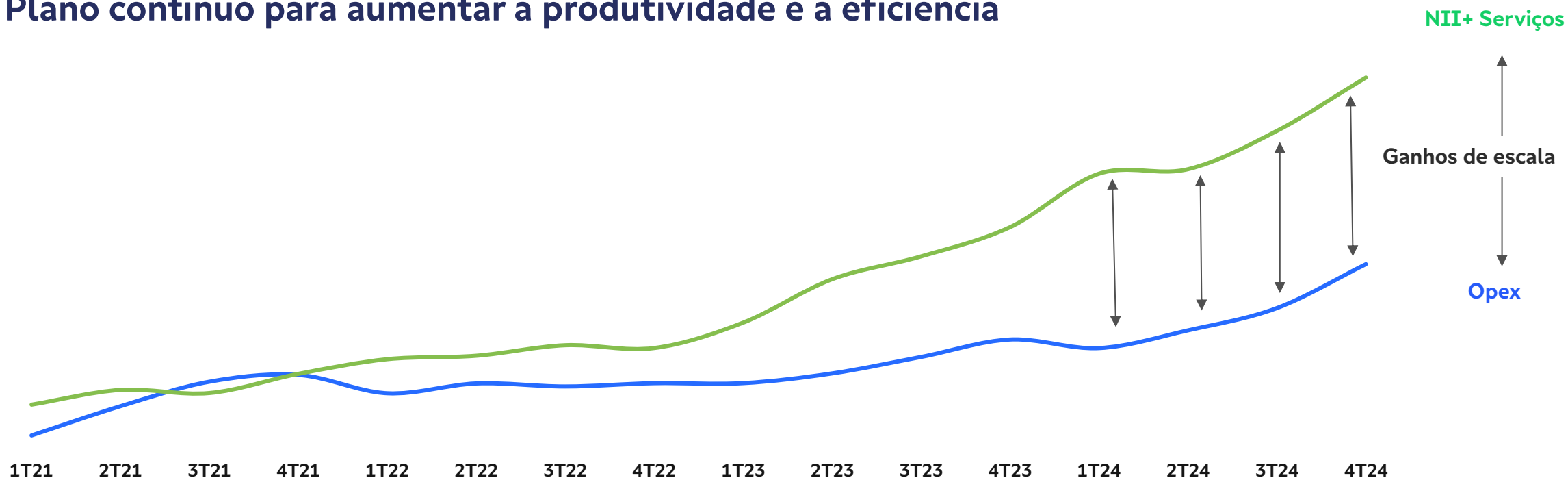
## Upgrade dos ratings como um reconhecimento das fortalezas construídas nos últimos anos



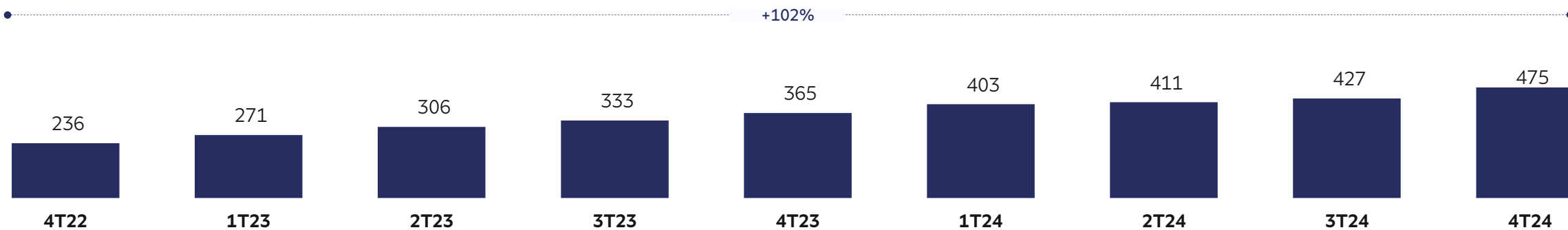
## Breakdown de funding



## Plano contínuo para aumentar a produtividade e a eficiência

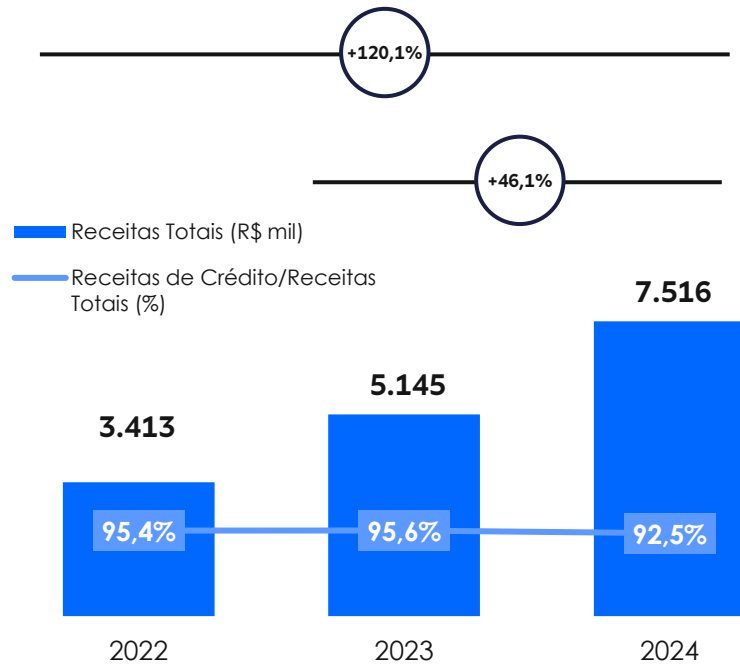


### Receitas por Colaborador (R\$mil)

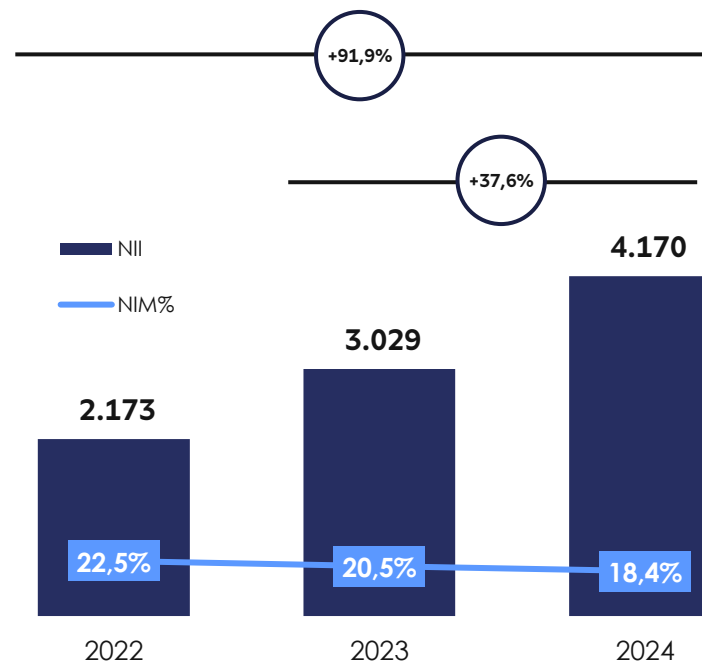


# Principais indicadores

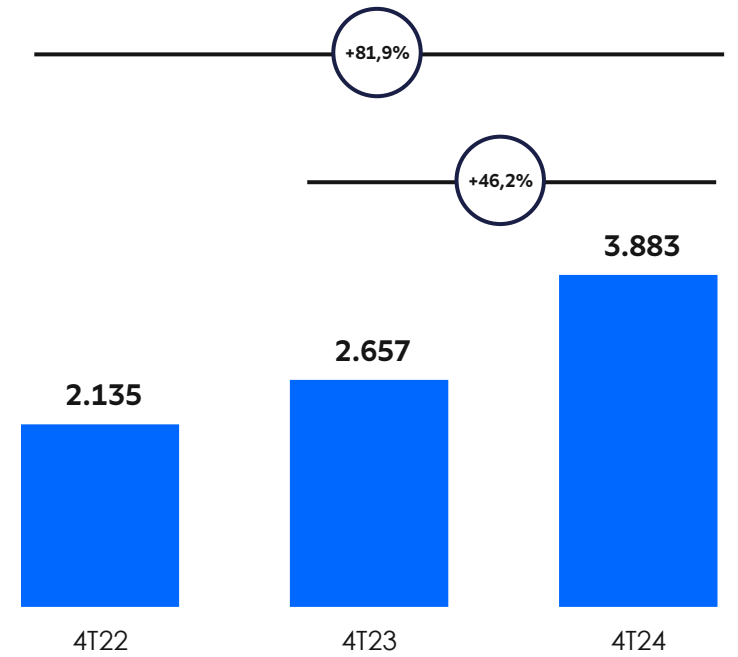
## Receitas Totais



## NII e NIM (%)

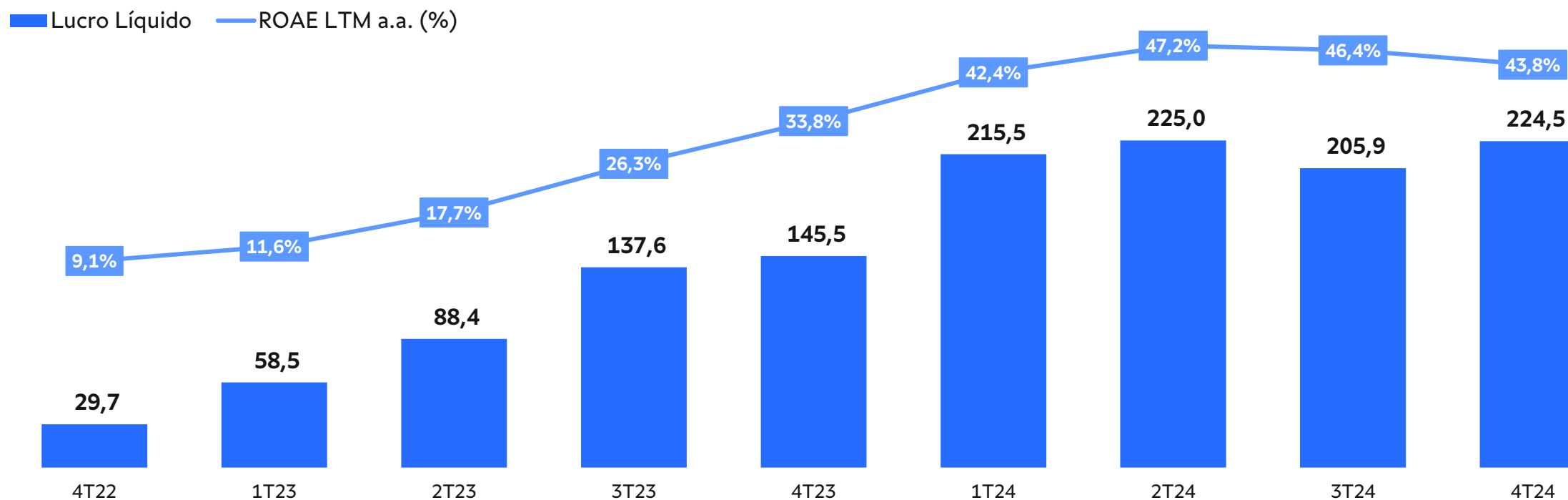


## Clientes Ativos ('000)



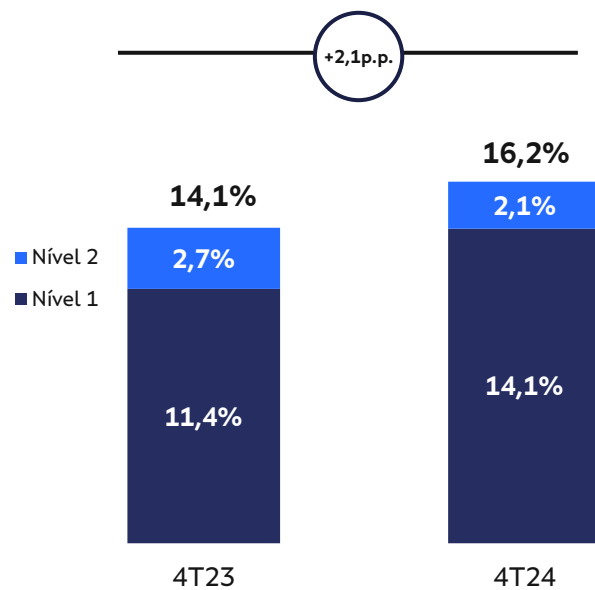
# Avanço da Rentabilidade

Lucro Líquido e ROAE crescente ao longo dos trimestres

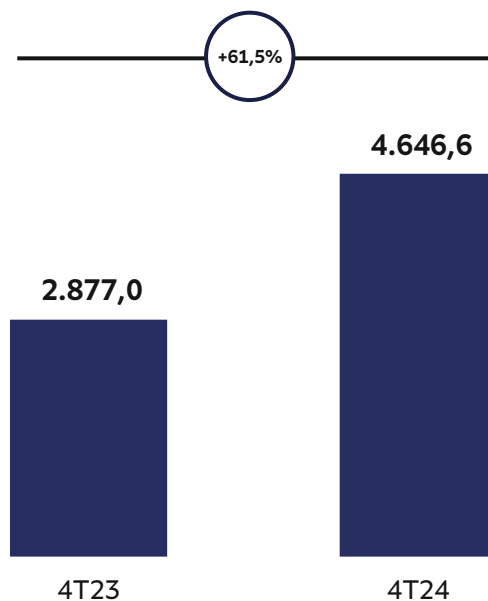


# Capital e Liquidez

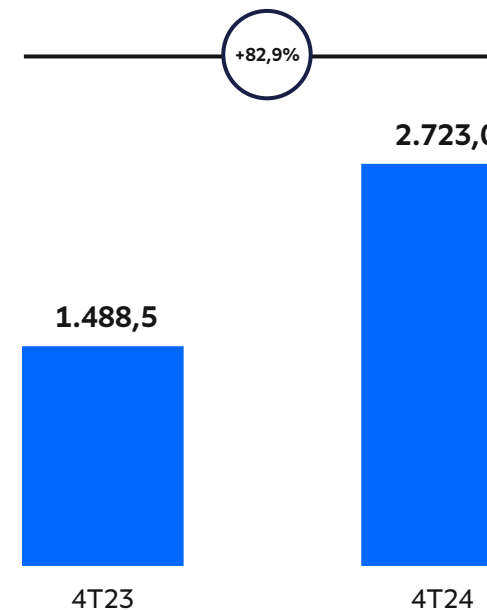
## Índice de Basileia\*



## Posição de Caixa e TVM



## Patrimônio Líquido



\* O capital principal já considera o aporte da Lumina Capital, aprovado em jan/25.



agi

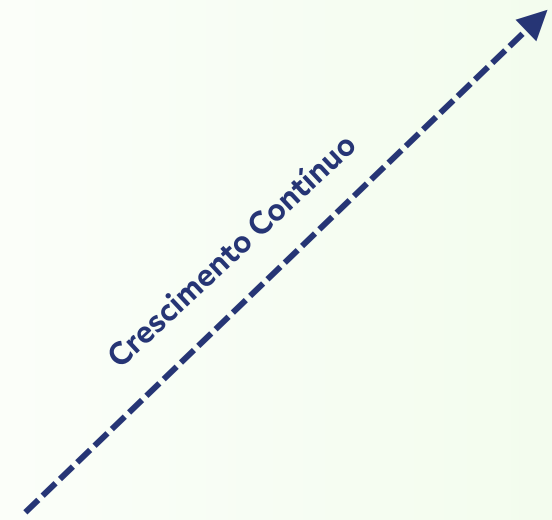
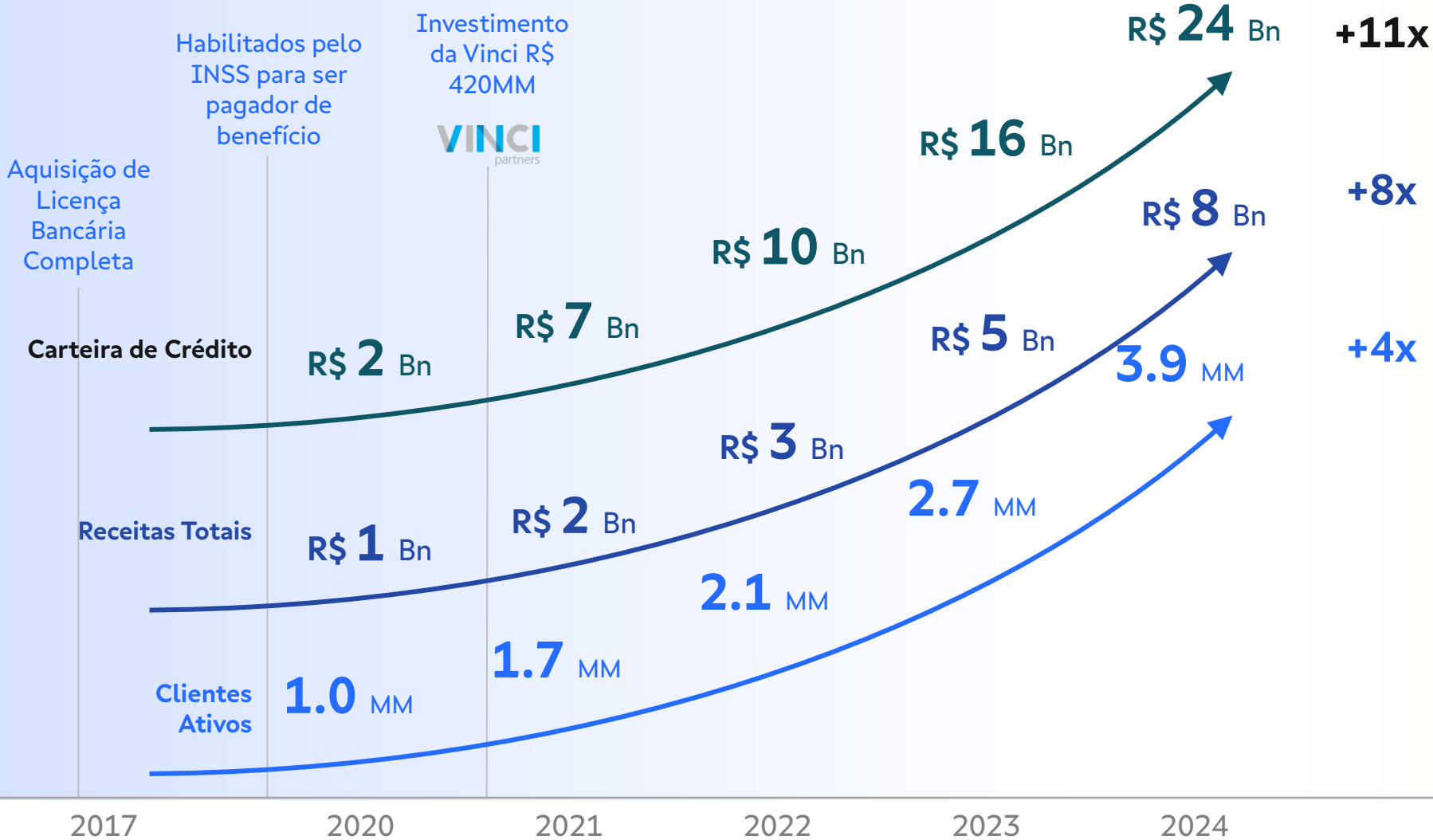


**...e Estamos Apenas Começando**

# Histórico de crescimento consistente



Investimento da Lumina  
R\$ 400MM



...2030

# Diretoria Executiva



**Glauber Correa**  
CEO



**Marcello Dubeux**  
Chief Financial and Investor  
Relations Officer



**Daniel Farias**  
Chief Product Officer



**Daniel Pires**  
Chief Data & Credit Officer



**Lucas Aguiar**  
Chief People &  
Governance Officer



**Matheus Girardi**  
Chief Client Officer



**Rafael Morais**  
Chief Risk &  
Controllershship Officer



**Vinicius Aloe**  
Chief Technology Officer



# Conselho de Administração



**Marciano Testa**  
Presidente do Conselho



**Gabriel Felzenszwalb**  
Membro do Conselho



**Aod Cunha**  
Membro Independente



**Rosie Rios**  
Conselheira Consultiva



**Daniel Goldberg**  
Membro do Conselho



**Ademir Cossielo**  
Membro Independente



**Alan de Genaro**  
Conselheiro Consultivo



## Relações com Investidores

**Marcello Dubeux**, CFO & IRO

[ri@agi.com.br](mailto:ri@agi.com.br)

**Felipe Gaspar Oliveira**, Gerente

[felipe.oliveira1@agi.com.br](mailto:felipe.oliveira1@agi.com.br)

**Cassiano de Mattia Tramontin**, Supervisor

[cassiano.tramontin@agi.com.br](mailto:cassiano.tramontin@agi.com.br)

**Ronan Aley**, Analista

[ronan.aley@agi.com.br](mailto:ronan.aley@agi.com.br)

**João Pedro Chiantia**, Estagiário

[joão.chiantia@agi.com.br](mailto:joão.chiantia@agi.com.br)

[www.ri.agibank.com.br](http://www.ri.agibank.com.br)

[ri@agi.com.br](mailto:ri@agi.com.br)

