



RELATÓRIO  
ANUAL  
2020



# SUMÁRIO

## 1 INTRODUÇÃO

- 04 Mensagem do Conselho
- 05 Mensagem do CEO
- 07 Desafios de 2020

## 2 SOMOS PAN

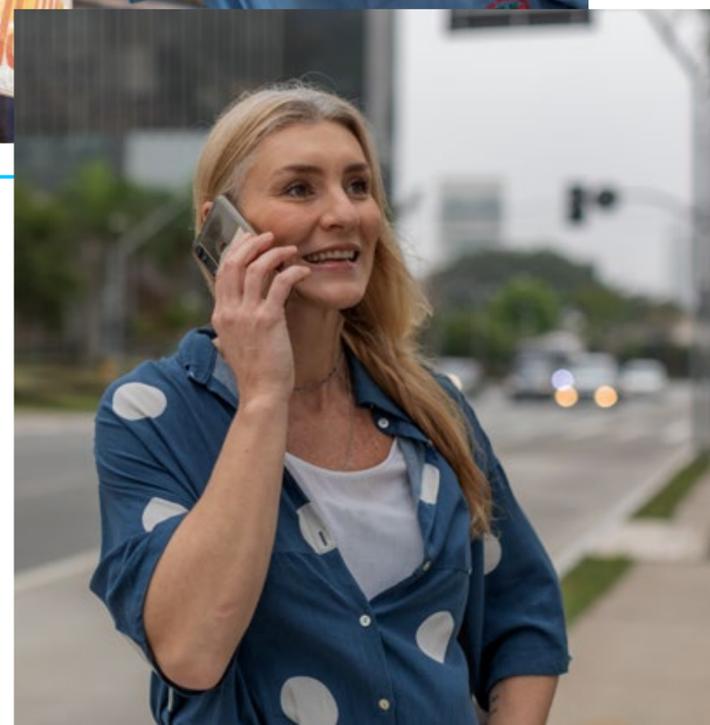
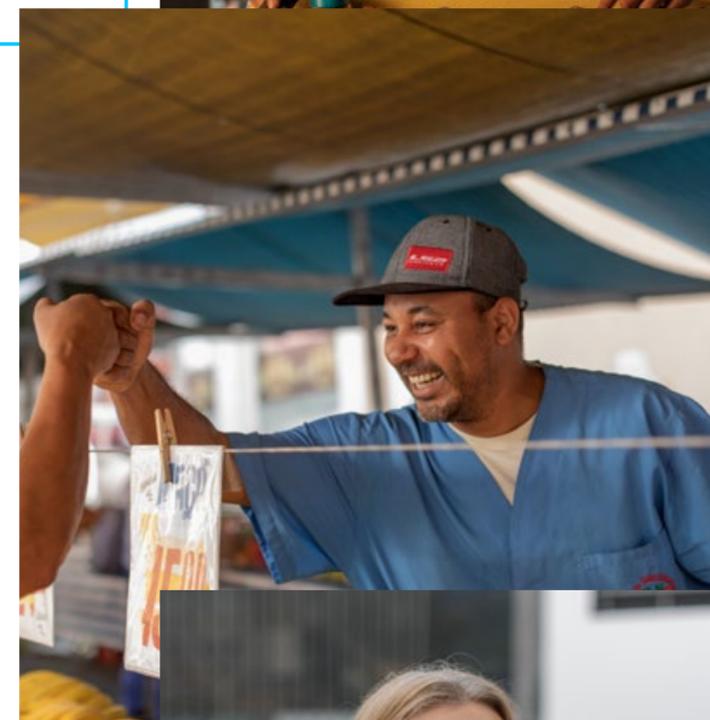
- 09 O PAN é pra quem faz acontecer
- 10 Nossa Cultura, Nosso Jeito
- 11 Nossos Produtos
- 14 Nosso foco é no cliente
- 17 Inovação em Produtos e Parcerias
- 19 Compromissos e Reconhecimentos
- 20 Nossos Números e Resultados 2020

## 3 NOSSA JORNADA ESG

- 26 Onde estamos
- 26 Onde queremos chegar
- 27 Nossos temas materiais e ODS prioritários
- 28 Nossas Bandeiras ESG

## 4 ANEXOS

- 85 Índice GRI



### Pela inclusão e formação do brasileiro

- 31 Educação Financeira
- 32 Impacto positivo de produtos
- 35 Diversidade e inclusão
- 40 Talentos

### Por um mundo melhor na prática

- 52 Foco no cliente
- 53 Cultura de centralidade no cliente
- 57 Inventário de emissões
- 59 Comunidade
- 62 Principais projetos campanhas apoiadas

### Fazendo do jeito certo

- 68 Nossa cadeia de Valor
- 69 Fornecedores e Parceiros
- 71 Nossa Governança
- 79 Gestão de Riscos
- 82 Ética e Integridade

01

INTRODUÇÃO

UM BANCO CONECTADO  
COM O BRASILEIRO E COM AS  
URGÊNCIAS DO SEU TEMPO.

# MENSAGEM DO CONSELHO

| GRI 102-14 |

## Um banco conectado com o brasileiro e com as urgências do seu tempo.

### Queremos fazer mais, pra quem já faz acontecer.

Ao longo dos últimos anos, trabalhamos e nos posicionamos como uma instituição que apoia o espírito empreendedor, confia na capacidade dos brasileiros de superarem os desafios e, principalmente, entende as reais necessidades do dia a dia, em que o crédito é instrumento essencial para a inclusão financeira digital das famílias brasileiras. E como aqueles que vão além, também enxergamos que o nosso papel pode e deve ser sempre cada vez maior.

Nosso propósito ficou ainda mais claro: **lançar um novo olhar para os desafios de todos que querem vencer os obstáculos da vida**, como um verdadeiro parceiro para nossos clientes no dia a dia. Muito já foi feito desde então, e sabemos que a jornada está só começando. Este Relatório Anual de 2020 vem como uma conquista importante: o primeiro passo para aprofundar nossa trajetória ESG.

Temos um time extraordinário, liderado por executivos consistentes e extremamente motivados para entregar resultados sem perder o nosso propósito.

O PAN é feito de pessoas e por isso buscamos constantemente capacitar nossos profissionais e garantir um crescimento sustentável, transparente e focado. Em 2020, realizamos mais de 53 mil horas de treinamentos e fortalecemos o programa de multiplicadores internos, em que os próprios funcionários ministram treinamentos dos temas que dominam.

Com a pandemia do coronavírus, em 2020 enfrentamos um dos cenários mais desafiadores de nossa história. Buscamos soluções rápidas e eficazes para garantir a segurança de nossos colaboradores, clientes e parceiros, investindo em tecnologia e promovendo uma melhor experiência. Em paralelo, a utilização de dados e a aplicação intensa de tecnologia nos permitiram alcançar resultados marcantes, engajando clientes e criando uma plataforma digital completa.

Nosso objetivo é continuar servindo nossos clientes com produtos e serviços cada vez mais adequados às suas necessidades, aliando tecnologia e escalabilidade. Para isso, é indispensável estarmos atentos ao que é material para nossos *stakeholders*, trazendo soluções sustentáveis e rentáveis, garantindo a perpetuidade de nossos negócios.

Nas próximas páginas, mostramos nossas prioridades e o caminho que queremos seguir quando o assunto é a sustentabilidade do nosso negócio. Mapeamos também nossas atividades, olhando para cada produto e serviço, e monitoramos os riscos e impactos das atividades centrais ao PAN.

Vamos construir uma agenda sustentável, com a ousadia de quem faz a diferença para a sociedade, colaboradores, parceiros e, claro, ao cliente, sempre em primeiro lugar.

### Vamos lá e PAN!

# MENSAGEM DO CEO

| GRI 102-14 |

## Do jeito certo!

Quando iniciamos o ano de 2020, nossas expectativas eram as mais altas possíveis. Nosso projeto da conta digital estava prestes a virar realidade, fruto de um trabalho obstinado do time PAN, aliando o propósito de ampliar as oportunidades para o nosso cliente, oferecendo soluções para o seu dia a dia, com o uso intenso de tecnologia.

Ainda no começo do ano, nos deparamos com a pandemia do coronavírus, que confrontou a sociedade com desafios econômicos e sociais sem precedentes. E a nossa resposta não poderia ser outra: com a mitigação dos danos causados pela crise, seja no apoio aos nossos clientes, seja no máximo cuidado com nossos colaboradores.

Investimos e avançamos em soluções eficientes e 100% digitais, que resguardaram a saúde dos nossos clientes, mitigaram riscos e viabilizaram o distanciamento social. Além disso, nos primeiros meses de pandemia, otimizamos processos e reestruturamos equipes, para que os nossos funcionários pudessem trabalhar de casa. Investimos também em equipamentos de tecnologia para cada colaborador, passamos a oferecer programas de bem-estar remoto e oferecemos acesso à telemedicina. Tudo isso ao mesmo tempo em que ampliávamos o nosso quadro de funcionários, especialmente na área de tecnologia, dando mais oportunidades a centenas de pessoas, que vieram contribuir ainda mais com o time PAN, no desenvolvimento dos nossos produtos e serviços.

**12,4 MILHÕES DE CLIENTES EM 2021**

E todos esses desafios nos levaram a um importante questionamento: como podemos evoluir daqui para frente e ampliar a transformação da sociedade e vida dos nossos clientes?

É hora de ir além: celebrar todas as nossas conquistas de governança, impacto positivo na sociedade, apoio à diversidade e inclusão e controle de riscos, sem deixar nossa inquietude de sempre querer mais. E é nesse contexto que definimos uma estratégia de longo prazo, que leva em conta tudo aquilo que já é importante para os nossos *stakeholders*: decidimos aprofundar a nossa jornada ESG!

E para isso não tínhamos dúvida de que era preciso ir às ruas e perguntar diretamente para os nossos clientes, parceiros, fornecedores, acionistas e colaboradores o que era esse “mais importante” para cada um deles. Isso é que deve estar no centro da nossa estratégia.

Fizemos pesquisas, entrevistas, consultas no mercado e olhamos para dentro de casa, pedindo a ajuda dos nossos colaboradores, e o resultado foi claro: só iremos atingir nosso propósito se a educação financeira, a diversidade e a inclusão, inovação e o empreendedorismo estiverem cada vez mais presentes na nossa cultura, serviços e produtos. E, principalmente, em tudo isso comprometidos com a privacidade dos dados, com ética e transparência.

O ano de 2020 foi o pontapé inicial dessa jornada, que passa por oferecer uma experiência completa para o nosso cliente. Concedemos mais de R\$ 23 bilhões em novos créditos, ampliamos nosso portfólio

de seguros e lançamos um instrumento simples e eficiente para o nosso cliente guardar dinheiro. Em 2021, lançamos uma plataforma inédita, o Saúde PAN, democratizando o acesso à saúde preventiva no Brasil. Seguimos com uma agenda robusta para disponibilizar cada vez mais produtos e serviços que impactem positivamente a vida de nossos clientes.

Estamos só começando e temos um longo caminho pela frente! Continuaremos expandindo de forma relevante nossa plataforma digital, deixando os nossos mais de 12,4 milhões de clientes cada vez mais satisfeitos.

O desafio é fazer do complexo algo simples. Queremos contribuir da forma mais ampla e efetiva possível, e iremos fazer isso do jeito certo, entendendo os impactos de cada atividade, oferecendo soluções reais para os desafios dos nossos clientes e deixando-os mais informados, respeitando o meio ambiente, atuando para gerar impactos positivos na sociedade.

Sabemos que a jornada para ampliar os valores ESG na cultura corporativa seguirá desafiadora, e adoramos desafios. Assim como o nosso cliente, somos comprometidos, incansáveis e encaramos de frente a vida, o PAN vai lá e faz!

**Cadu Guimarães**  
CEO



Cadu Guimarães – CEO Banco PAN

## DESAFIOS DE 2020

| GRI 102-15 |

A pandemia da Covid-19 alterou de forma drástica o cenário global e criou enormes desafios nos mais diversos aspectos da sociedade. Fizemos ajustes significativos no modelo operacional pensando em resguardar a saúde de nossos funcionários sem, contudo, sacrificar a qualidade e segurança do nosso atendimento ao cliente.

Nosso foco desde o início da crise foi atuar de forma tempestiva com ações internas e externas, zelando por 3 pilares: nossos colaboradores, nossos clientes e nosso negócio. Asseguramos o bem-estar dos nossos colaboradores, que passaram a atuar em *home office*, apoiamos nossos clientes por meio de um relacionamento 100% digital, oferecendo condições diferenciadas para esse período em vários de nossos produtos e serviços. Em relação ao nosso negócio, implementamos medidas com foco em aumento da posição de liquidez, conservadorismo na concessão de crédito, preservação do elevado nível de capital e maior assertividade em custos.

Nossa maturidade tecnológica e agilidade nos permitiram adequar a operação e nos manter em pleno funcionamento com uma comunicação

eficiente. Isso se traduziu em apoio imediato aos nossos parceiros, fornecedores e atendimento dos nossos clientes.

Do ponto de vista de Gestão da Continuidade dos Negócios (GCN), apoiamos as equipes e times técnicos do PAN na adaptação e acompanhamento da estratégia de contingência que foi adotada, alinhada ao isolamento social, com a implantação do *home office* no banco, e chegamos a alcançar 97% dos colaboradores atuando de forma remota (equipes administrativas). Também apoiamos nossos principais fornecedores na adaptação de seus ambientes para que pudessem continuar entregando os serviços contratados com qualidade.

Seguimos operando com um balanço sólido, índices de capital e liquidez elevados, controlando nossas exposições e gerenciando o relacionamento de longo prazo com parceiros e clientes. Com isso, acreditamos na sustentabilidade da nossa estratégia de negócio, sempre apoiada por nossos acionistas.

---

Nossa maturidade tecnológica e agilidade nos permitiram adequar a operação e nos manter em pleno funcionamento com uma comunicação eficiente



02

SOMOS PAN

CONECTANDO NOSSOS  
CLIENTES COM SIMPLICIDADE E  
TECNOLOGIA, TRANSFORMANDO  
DESAFIOS EM CONQUISTAS.

## O PAN É PRA QUEM FAZ ACONTECER

| GRI 102-6 | 102-7 |

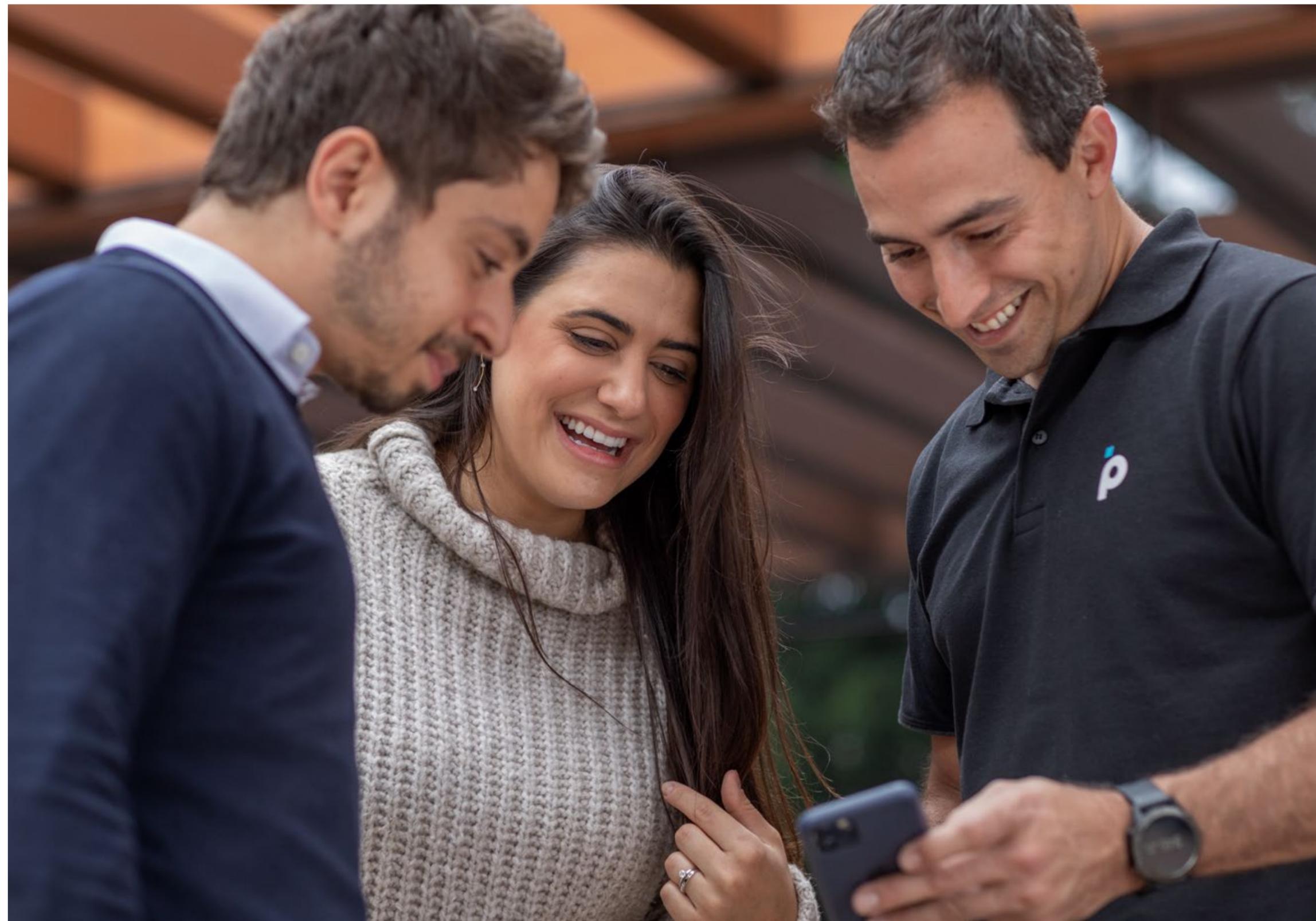
Nossa história começou em 2011, e hoje somos a plataforma completa que conecta soluções com simplicidade, utilizando a tecnologia para democratizar o acesso de milhões de pessoas a ferramentas que auxiliam a geração de renda, fornecem proteção e ajudam nosso cliente no dia a dia.

Com sede em São Paulo (SP) e mais de 2.400 colaboradores, seguimos ousando e empreendendo para transformar a vida dos nossos clientes por meio de produtos e serviços amparados pelo uso intensivo da tecnologia e do uso inteligente de dados.

Estamos sempre olhando para frente, juntos com nosso cliente, onde quer que esteja. **Porque juntos a gente vai lá e faz!**

# +2.800

COLABORADORES  
EM JUNHO DE 2021



## NOSSA CULTURA, NOSSO JEITO

| GRI 102-16 |

A Cultura PAN é a tradução da nossa identidade e nos orienta para atingirmos o nosso propósito: “Um novo olhar para todos que querem vencer os obstáculos da vida”.

Nosso Modelo de Negócio nos dá direção para o futuro que queremos construir.

### NOSSO PROPÓSITO

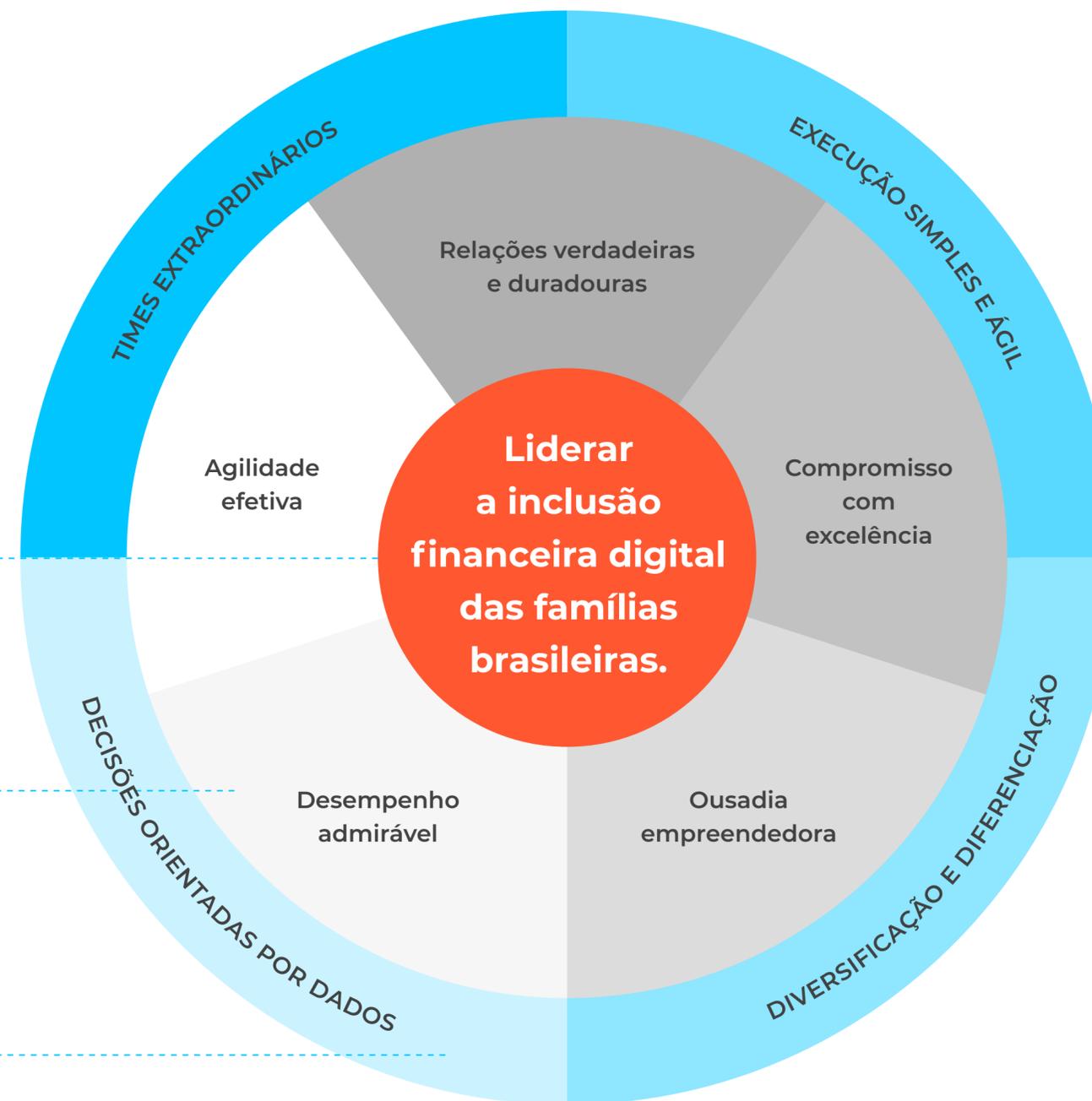
Lançar um novo olhar para todos que querem vencer os obstáculos da vida

### MODELO DE NEGÓCIO PAN

#### VISÃO

#### ATRIBUTOS CULTURAIS

#### PILARES OPERACIONAIS



# NOSSOS PRODUTOS

| GRI 102-2 | 102-7 |

Nossos produtos e serviços oferecem soluções para problemas reais e dificuldades do dia a dia das famílias brasileiras.



## 1. CRÉDITO

- Consignado
- Veículos
- Empréstimo Pessoal
- FGTS
- Car Equity
- Buy Now Pay Later
- Microcrédito

## 2. BANKING

- Conta-Corrente
- Cartão de Crédito
- Cartão de Débito
- Recarga
- Pix

## 3. PAGAMENTOS

- Maquininha POS
- Link de Pagamento
- Experiência Integrada
- Pré-Pagamento
- Crédito Fumaça

## 4. SEGUROS

- Prestamista
- Assistência Mecânica
- Moto Assist.
- Vida
- Perda de Renda
- Residencial
- Veículo
- Celular

## 5. INVESTIMENTOS

- Poupa PAN
- Investimentos
- Educação Financeira

## 6. LIFESTYLE

- Loja PAN
- Educa PAN
- Saúde PAN

Em **Crédito**, nosso objetivo é oferecer produtos inteligentes e contextualizados, especialmente desenhados para atender às necessidades do nosso cliente, com uma experiência fluida. Nesse sentido, disponibilizamos crédito consignado, financiamento de motos e veículos, empréstimo pessoal com e sem garantia do FGTS, entre outros produtos.

Em **Banking**, queremos incluir famílias e trabalhadores brasileiros no mundo financeiro digital. Oferecemos assim uma conta digital e cartão múltiplo, limite emergencial, PIX, transferências e pagamentos de boletos, depósitos, recargas e saques.

Já em **Pagamentos**, trazemos soluções completas para os microempreendedores e trabalhadores autônomos, utilizando o crédito como alavanca para crescer seus negócios.

Em **Seguros**, além do tradicional seguro prestamista, oferecemos uma série de opções de seguros em parceria com a Too Seguros. Entendemos que a população em geral sofre com produtos caros e complexos. Queremos transformar isso criando um portfólio simples que ofereça segurança para a vida dos nossos clientes sem penalizar sua renda. É possível fazer melhor e mais simples!

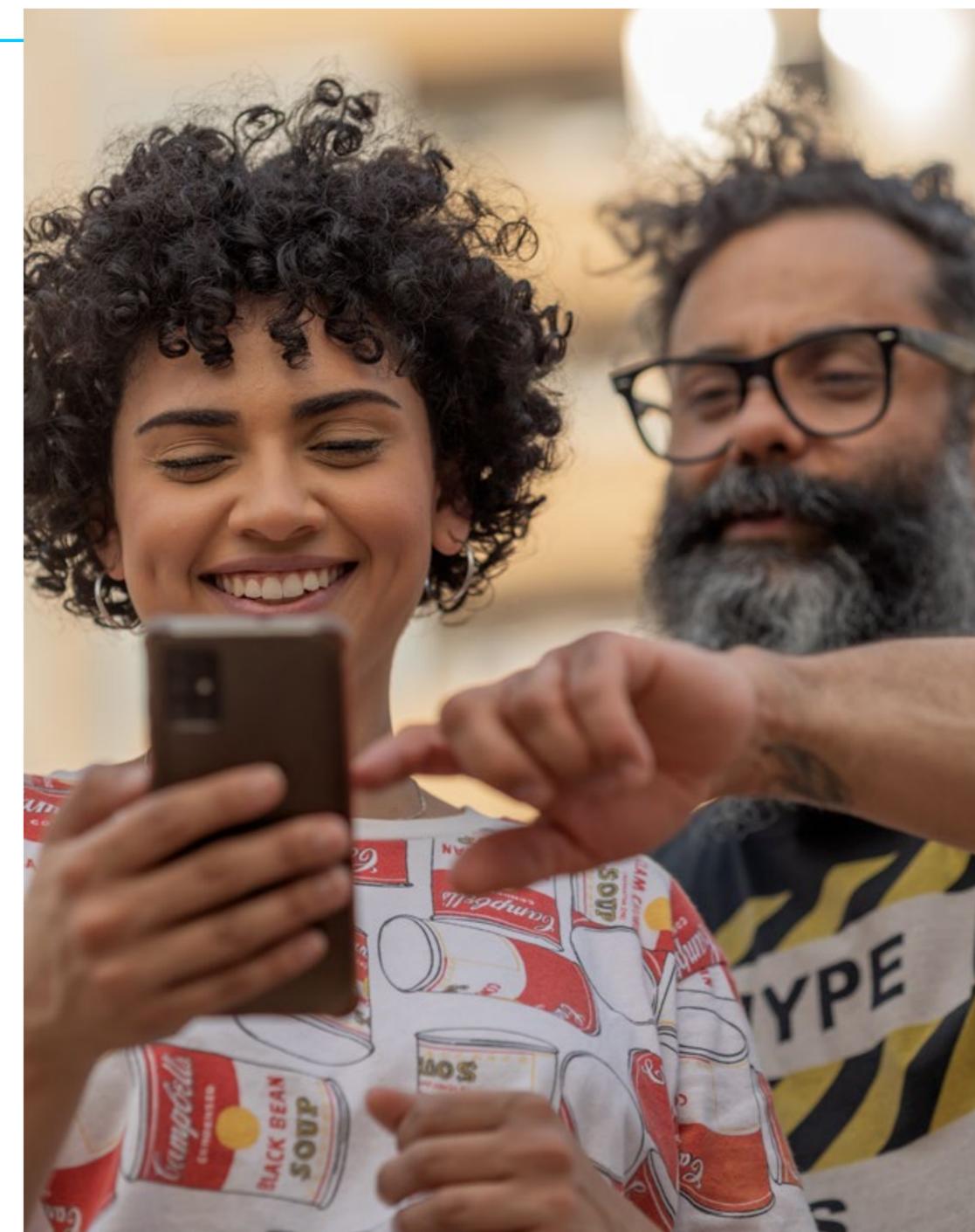
Em **Investimentos**, disponibilizamos opções simples de investimentos, como “Poupa PAN”, focadas no nosso público-alvo, agregando um componente importante de educação e planejamento financeiro. Nosso cliente vai conseguir guardar seu dinheiro de forma rápida, sem burocracia e, mais do que isso, vai ter acesso a ferramentas de educação bem-desenhadas.

Sabemos que a saúde é uma preocupação central para boa parte da população brasileira, que não tem acesso a um serviço de qualidade e luta contra preços impeditivos de serviços e produtos relacionados à saúde. E mesmo com a consciência de que a solução desse problema passa por diversas esferas da sociedade, e que não podemos mudar esse panorama sozinhos, entendemos que temos uma oportunidade única para contribuir.

Com esse foco, elaboramos o **Saúde PAN**, um novo jeito do brasileiro se relacionar com os serviços de saúde. O Saúde PAN oferece um atendimento de qualidade, 24h por dia, por meio de telemedicina. Garante ainda mais de 800 postos de atendimento e exames rápidos em parceria com a rede Pague Menos, além de descontos em remédios e consultas médicas com baixo custo na AVUS.

Tudo isso por menos de R\$ 10 por mês e com a possibilidade de extensão para até 4 dependentes sem custo adicional. Juntos vamos virar esse jogo e oferecer mais opções para a população de baixa renda.

Seguimos focados na diversificação dos nossos produtos e em desenvolver novas iniciativas que conversem com as necessidades dos nossos clientes. Sempre impulsionados por tecnologia e por oferecer um ambiente totalmente integrado para eles.



# 28,9 bi

REAIS EM CARTEIRA  
DE CRÉDITO EM  
DEZEMBRO / 2020

# 21,4%

ROE AJUSTADO  
NÃO AUDITADO  
EM 2020

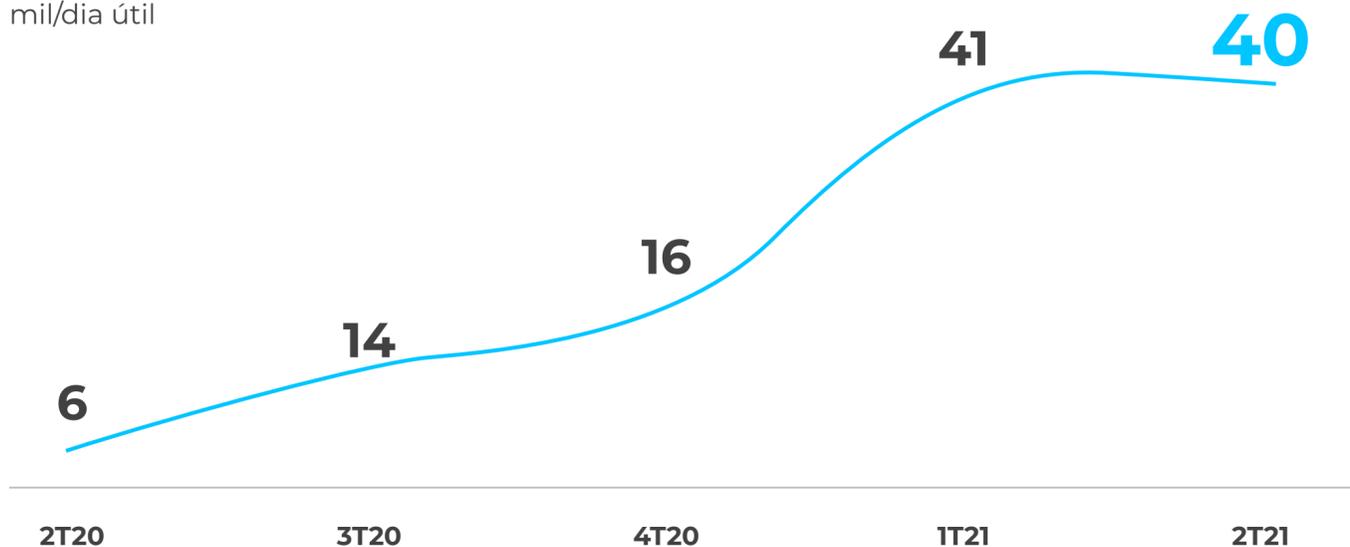


# NOSSO FOCO É NO CLIENTE

| GRI 102-7 |

Tudo isso se traduz em fortes métricas de engajamento, com um percentual relevante de clientes ativos. Para a estratégia do Banco PAN, a ativação de clientes é um dos objetivos mais importantes, afinal, significa um passo fundamental para estabelecer uma forte posição de negócios com recorrência de receitas e escala.

Novos banking clients  
mil/dia útil



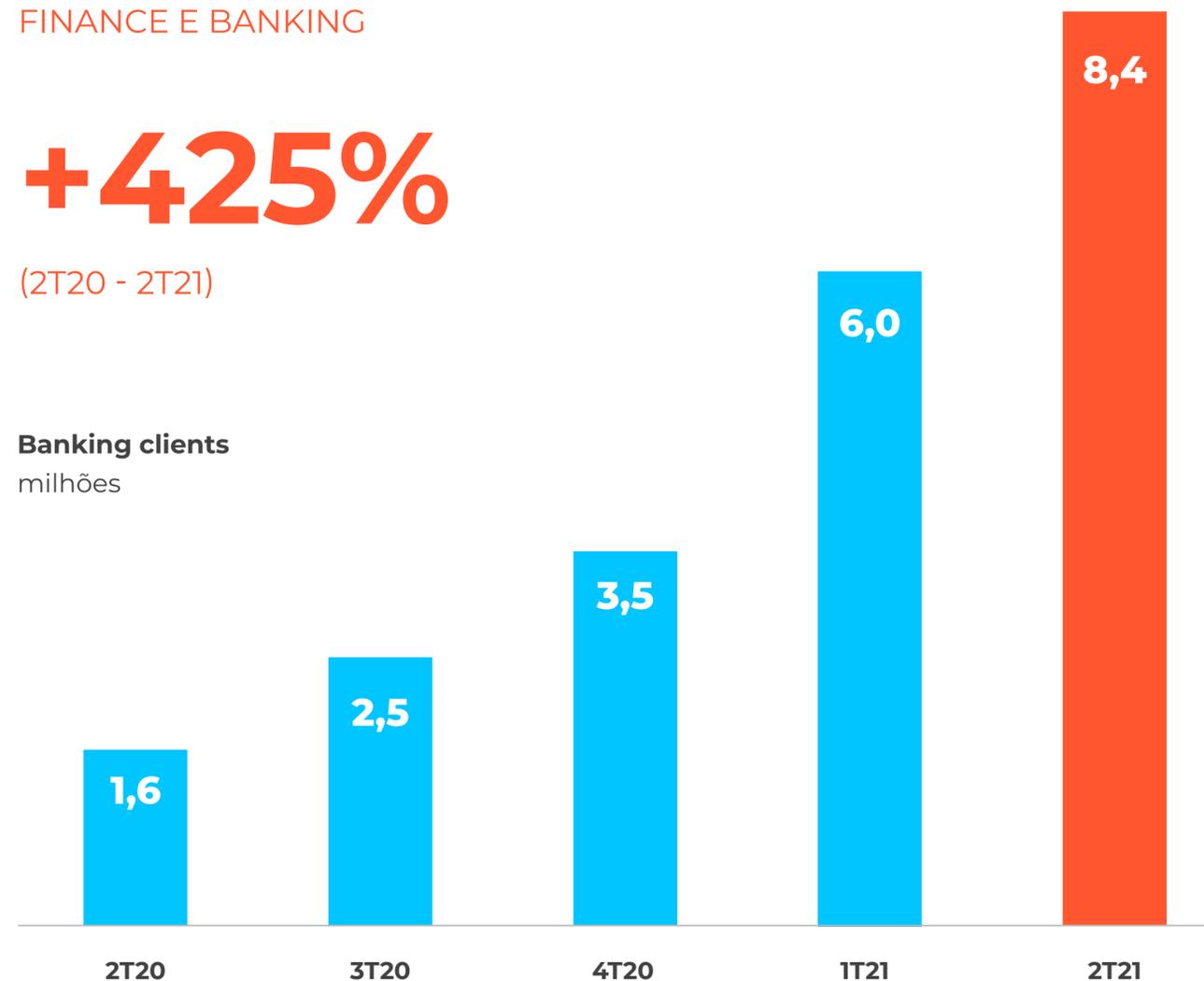
# +12,4 MM

ENTRE CONSUMER  
FINANCE E BANKING

# +425%

(2T20 - 2T21)

Banking clients  
milhões



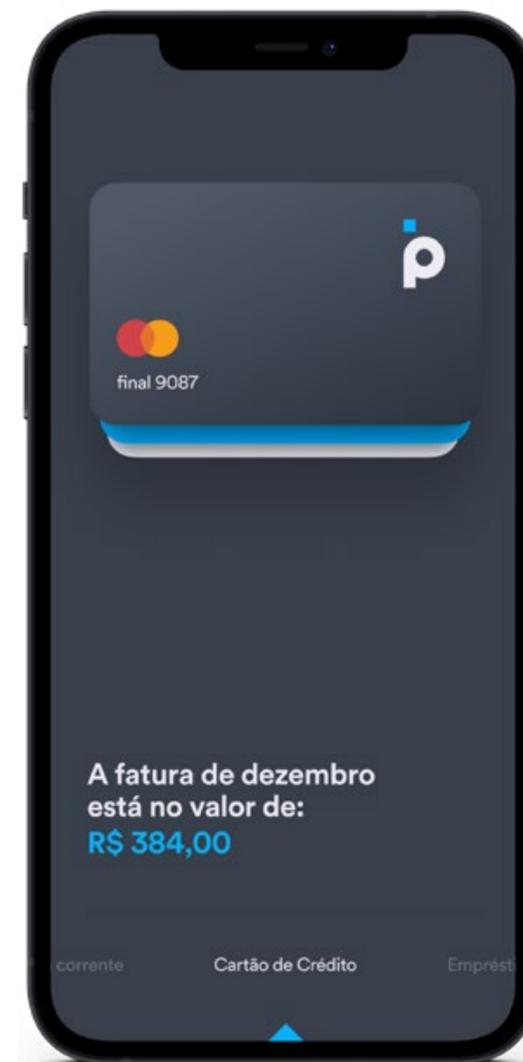
## Comunicação Assertiva

Nosso time é formado por profissionais com diferentes expertises, focados na evolução dos modelos de gestão e desenvolvimento de produtos. Pessoas com profundo conhecimento na área de negócios, designers, *product owners* (PO's), além de profissionais de acessibilidade e *design system*.

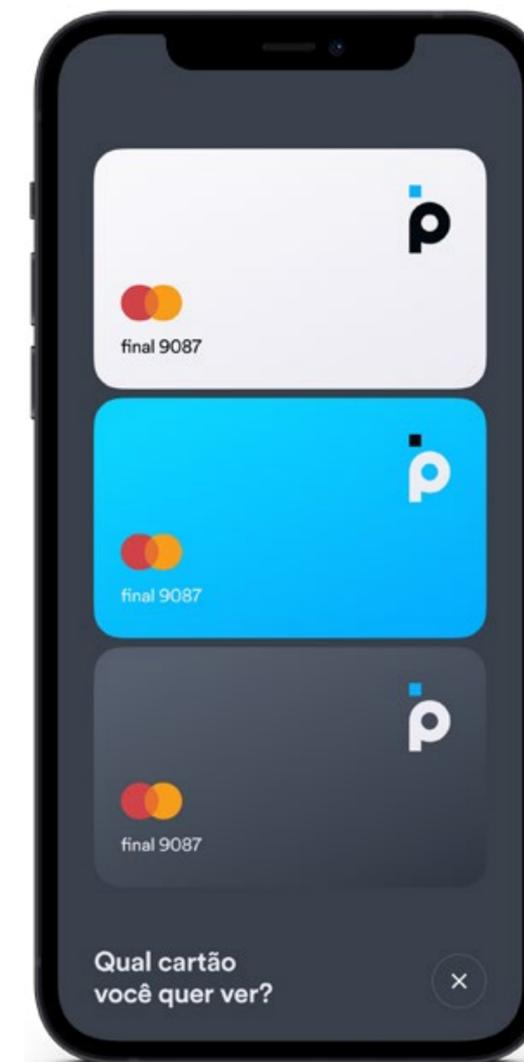
Nosso negócio é desenhado para ser simples, fornecendo ferramentas para atender aos desafios diários dos nossos clientes



DESIGN CLEAN



CORES CONTRASTANTES



CONTEÚDO SIMPLES



@JOJOTODYNHO

**+18 MM**

SEGUIDORES

- CONSTRUIU CARREIRA SOZINHA
- VOZ IDEAL PARA ATINGIR NOSSOS CLIENTES
- RETRATA O QUE O NOSSO PÚBLICO-ALVO BUSCA



**#3 CANAL MAIS INFLUENTE**

SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO YOUTUBE

# INOVAÇÃO EM PRODUTOS E PARCERIAS

| GRI 102-40 | 102-42 |

Nosso desafio é ofertar constantemente soluções que façam sentido para o nosso cliente. Muito mais do que um produto, queremos pensar no dia a dia do nosso cliente e elaborar uma solução que tenha o encaixe perfeito.

Foi pensando nisso que, ao longo dos últimos anos, combinamos esforços com diferentes parceiros para entregar uma proposta de valor para o nosso cliente.

## Ousadia Empreendedora: GetNinjas

Pensando em nossos clientes empreendedores e autônomos, firmamos em 2021 uma parceria com a GetNinjas, o maior aplicativo para contratação de serviços do Brasil.

Os clientes PAN terão incentivos para se cadastrarem como prestadores de serviços no GetNinjas. Já os prestadores de serviços, conhecidos como 'ninjas', terão benefícios exclusivos nos produtos financeiros do PAN e na maquininha TurboPAN.

A solução será ofertada por meio do *marketplace* do GetNinjas, que conta com mais de 2,5 milhões de profissionais cadastrados.

# GetNinjas

## Acesso ao Crédito para quem precisa agora: Empréstimo FGTS

O crédito é uma ferramenta importante para a inclusão financeira, ter recursos para investir em projetos pessoais, empreender e ajudar seus amigos e familiares, portanto é indispensável para alcançarmos nossos objetivos. Foi por isso que, em 2021, fomos o primeiro banco digital do Brasil a oferecer a contratação do empréstimo pessoal por meio do saque aniversário do FGTS. Essa modalidade é especial, pois oferece recursos até para quem está negativado, devolvendo para muitos o acesso ao crédito.

Nosso time montou um fluxo simples de contratação, que direciona o cliente durante o passo a passo para autorizar o PAN a ter acesso aos recursos do FGTS, inovação com responsabilidade, criando produtos que ajudem no dia a dia do cliente. Isso é PAN!

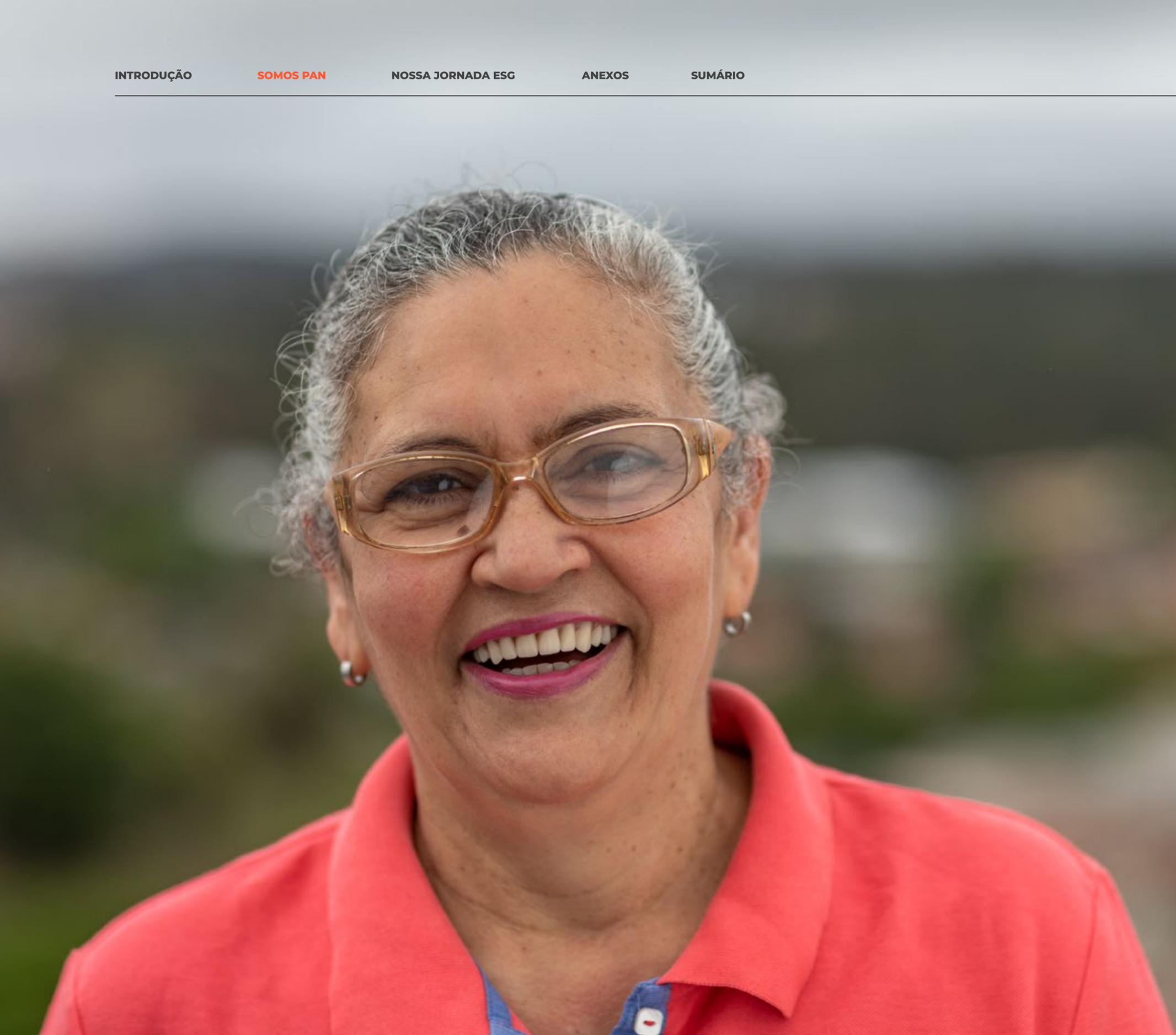
## Transformando a Realidade de Milhões: Saúde PAN

Lançamos em agosto de 2021 o Saúde PAN, uma plataforma centralizadora de serviços e benefícios médicos em parceria exclusiva com a rede de farmácias Pague Menos e a *healthtech* Avus. Uma alternativa focada em saúde preventiva, com baixo custo.

Com valor fixo inferior a R\$ 10 por mês, o cliente terá direito a utilizar telemedicina, plantão on-line 24h, descontos em medicamentos, em exames e outros 29 serviços farmacêuticos da Pague Menos (Clinic Farma), tais como aferição de pressão, realização de teste de gravidez e de glicemia nas mais de 800 clínicas farmacêuticas da Pague Menos (Clinic Farma) em todo o Brasil. Além disso, as consultas presenciais contam com mais de 80 especialidades e custam a partir de R\$ 19,90. Os clientes terão acesso a mais de 20 mil profissionais de saúde espalhados por todo o país.

Hoje, 150 milhões de brasileiros não possuem acesso a planos de saúde e, sabendo dessa dificuldade, decidimos entregar uma solução de verdade para o nosso cliente. O Saúde PAN é o produto mais completo e acessível do mercado!





## COMPROMISSOS E RECONHECIMENTOS

Somos referência de mercado em questões prioritárias e de grande relevância para nossos *stakeholders*

## COMPROMISSOS E RECONHECIMENTOS

| GRI 102-12 | 102-21 |

Temos como objetivo nos superar a cada dia, nos tornando uma referência de mercado em questões prioritárias e de grande relevância para nossos *stakeholders*. Conheça algumas das instituições que apoiamos e alguns selos conquistados por nossa equipe.

**Top Employer 2021:** É uma certificação que coloca o banco como uma das melhores empresas em 120 regiões ao redor do mundo que alcançaram a excelência nas práticas de RH oferecidas aos seus colaboradores. Para receber a certificação, respondemos a uma pesquisa com mais de 400 questões qualitativas/quantitativas sobre as nossas práticas e passamos por um processo de auditoria do Top Employers Institute.



**GPTW Mulher 2020/2021:** Entramos no ranking das melhores empresas para mulheres trabalharem no Brasil em 2020 e 2021. Essa premiação da GPTW reconhece fatores como o ambiente de trabalho, promoções, indicadores, participações nas tomadas de decisão e práticas das organizações. Neste ano, ficamos entre as 35 melhores empresas (3ª colocação entre os bancos) de 70 premiadas e 640 empresas inscritas.

Em 2021, subimos 3 posições em relação ao ano anterior, garantindo a 23ª colocação no ranking de melhores empresas para as mulheres trabalharem no Brasil.



**Certificado Great Place to Work:** Desde 2019, somos uma empresa certificada como “Great Place to Work”, selo decorrente da nossa nota na Pesquisa de Clima. Temos o compromisso com a realização da pesquisa anualmente, pois ela é um excelente instrumento para entendermos a percepção dos colaboradores em relação ao ambiente de trabalho e, assim, traçarmos um diagnóstico do que podemos evoluir a cada ano. A pesquisa também nos traz referências sobre a nossa liderança e nos permite comparar as nossas práticas com o mercado, sendo um importante referencial para o nosso desenvolvimento contínuo.

In support of

**WOMEN'S  
EMPOWERMENT  
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the  
UN Global Compact Office

**Selo WEP's:** Nos tornamos empresa signatária dos 7 princípios de empoderamento feminino da ONU Mulheres, compromisso público que assinamos em 2020.

## NOSSOS NÚMEROS E RESULTADOS 2020

| GRI 102-7 |



ORIGINAÇÃO MÉDIA MENSAL

**R\$ 2,4 bi**

(+39% 2019)



LAIR

**938 MM**

(+35% 2019)



ROE AJUSTADO

**21,4% a.a.**

(+22,5% a.a. 2019)



PATRIMÔNIO LÍQUIDO

**R\$ 5,3 bi**

(+8% 2019)



CARTEIRA DE CRÉDITO

**R\$ 28,9 bi**

(+22% 4T19)



LUCRO LÍQUIDO

**656 MM**

(+27% 2019)



ROE CONTÁBIL

**12,8% a.a.**

(11,4% a.a. 2019)



ÍNDICE DE BASILEIA

**15,9%**

(12,8% 2019)

### Valor econômico distribuído

| GRI 201-1 |

Em 2020, apresentamos resultados recordes, números que demonstram a assertividade de como conduzimos nossos negócios e o retorno de nossa estratégia digital iniciada em 2017.

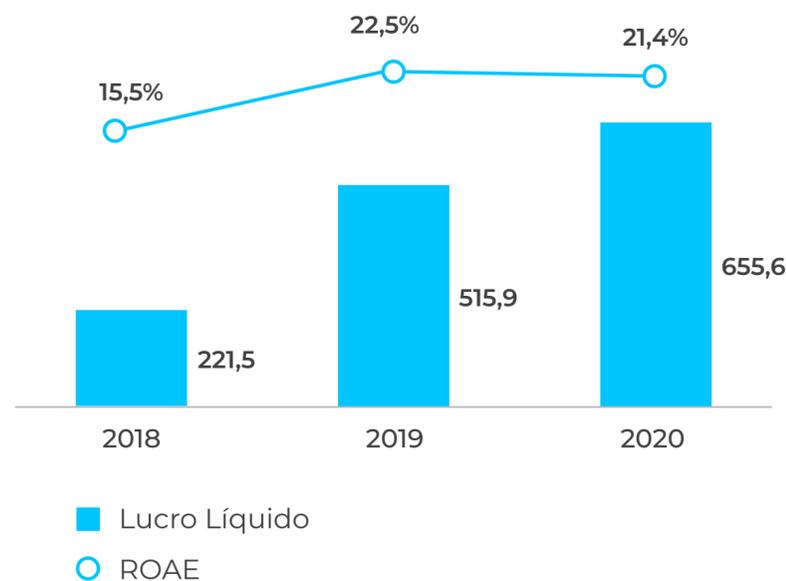
Com um lucro líquido de R\$ 656 milhões e um ROE ajustado de 21,4%, registramos um crescimento de 27% diante do resultado de 2019.

Outro importante indicador da estrutura e governança do PAN é nosso Índice de Basileia, que encerrou 2020 em 15,9%, nível confortável, provendo segurança a nossos clientes, acionistas e credores.

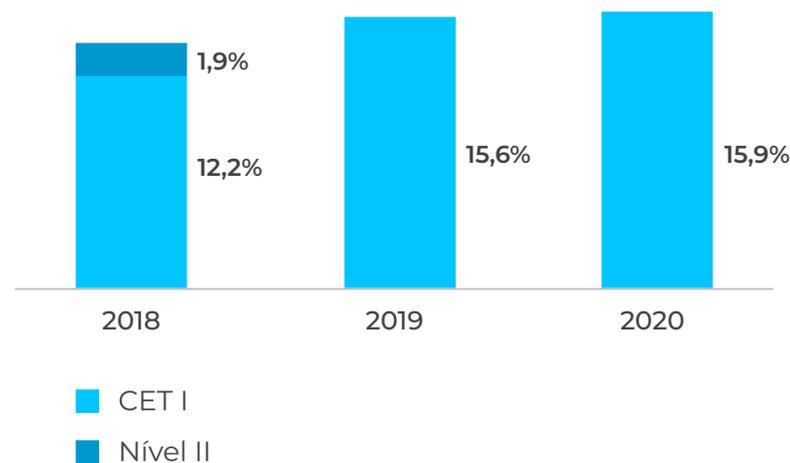
### Crédito

Durante o ano de 2020, originamos uma média mensal de R\$ 2,4 bilhões em novos créditos, registrando um aumento de 37% diante do R\$ 1,7 bilhão em 2019. Já a carteira de crédito expandida encerrou 2020 com saldo de R\$ 28,9 bilhões, apresentando crescimento de 14% em relação ao ano anterior. A carteira core, composta pelas carteiras de crédito consignado, financiamento de veículos e cartões de crédito, apresentou um crescimento de 25% nos últimos 12 meses.

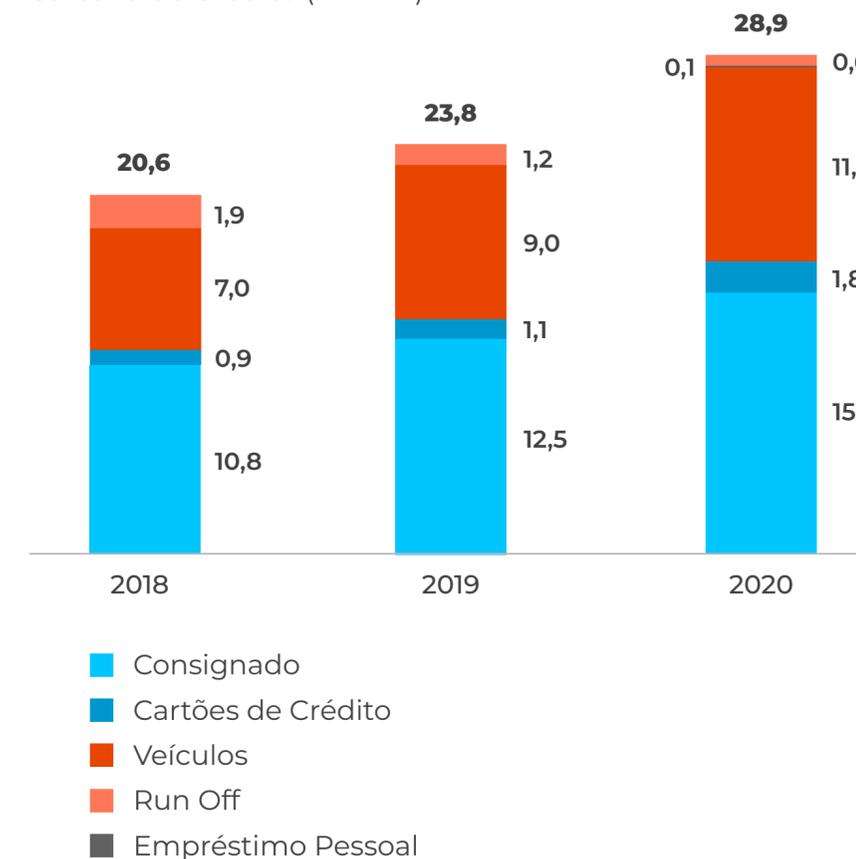
Rentabilidade (Milhões)



Índice de Basileia



Carteira de Crédito (Bilhões)



Para maior escalabilidade e ganho de capilaridade em nossas originações de crédito, possuíamos, no fim de 2020, 774 correspondentes bancários e 16 mil concessionárias parceiras, distribuídos em todo o território nacional.

Oferecemos nossos produtos em todas as regiões do Brasil, sendo que, em 2020, a maior parte (46%) das operações de crédito foi fechada na região Sudeste, seguida pelo Nordeste (22%).

Carteira de crédito	R\$ (Milhões)	%
Centro-Oeste	2.702	9%
Nordeste	6.215	22%
Norte	2.012	7%
Sudeste	13.239	46%
Sul	4.738	16%
<b>Total</b>	<b>28.907</b>	<b>100%</b>

#### | GRI 102-6 |

Em consignado, originamos em 2020 R\$ 15,5 bilhões, registrando um aumento de 38% diante do ano de 2019, e encerramos com uma carteira de crédito de R\$ 15,1 bilhões, com um aumento de 22% em relação a 2019. Tais resultados se deram, em partes, por meio de plataforma de contratação digital, 100% *paperless* e com assinatura por biometria facial que no 4T20 representou 74% da originação total. Essa plataforma, aliada ao posicionamento de mercado e ao relacionamento com os parceiros comerciais, permite que o PAN se mantenha como player relevante em convênios federais.

Em veículos, originamos em 2020 R\$ 6,9 bilhões, registrando um aumento de 25% diante do ano de 2019, e encerramos com uma carteira de crédito de R\$ 11,1 bilhões, com um aumento de 26% em relação ao ano de 2019. Após sofrer com os efeitos da pandemia no 2º trimestre de 2020, o mercado de veículos se recuperou ao longo do ano, e de forma geral nos recuperamos mais rapidamente do que o mercado, apresentando ganho de participação no ano, alcançando um *market share* de 11%. A formalização digital avançou de forma representativa em 2020, alcançando 99% dos contratos assinados via biometria facial.

Em cartões de crédito, originamos em 2020 R\$ 6 bilhões, registrando um aumento de 63% em relação ao ano de 2019 e encerramos com uma carteira de crédito de R\$ 1,7 bilhão com um aumento de 63% diante do ano de 2019. Alavancados pelo crescimento do nosso banco digital, e em linha com nossa estratégia de diversificação de cliente e produtos, os canais digitais foram responsáveis pela maior parte das vendas. Este volume também foi alavancado pelo aumento das ações de venda, mudanças relevantes no *cross sell* e elevação da eficiência em *analytics* e CRM.

Em seguros, originamos em 2020 um total de R\$ 412 milhões em prêmios. Nosso *business* de seguros ainda é prioridade dentro da nossa estratégia de diversificação, *cross sell* e expansão da nossa plataforma completa de serviços bancários. Ao longo de 2020, novos produtos foram lançados, focados em atender às necessidades específicas do nosso cliente.

**R\$ 6 BILHÕES ORIGINADOS  
EM CARTÕES DE CRÉDITO**



## Banking

Durante o ano de 2020, começamos a colher frutos de nossa estratégia implementada ao longo dos últimos anos, com investimentos em inovação tecnológica, profissionais competentes e parcerias estratégicas, que se mostraram eficientes em difundir nossa plataforma digital.

Em 2020, passamos de 1,3 milhão de clientes digitais ao fim do 1º trimestre para mais de 4,5 milhões no fim do ano, o que representou uma média de 16 mil novos clientes por dia útil.

Entendemos a importância de escalar cada vez mais nossos produtos digitais, oferecendo soluções rápidas, personalizadas e eficientes a nossos clientes.



### Valor econômico gerado

| GRI 201-1 |

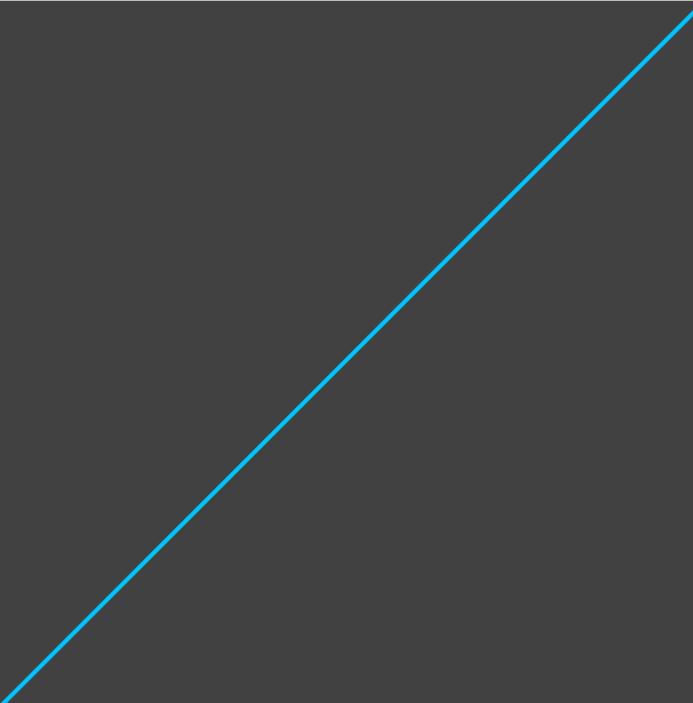
Com receitas de R\$ 9,6 bilhões geradas em 2020, o PAN distribuiu um total de R\$ 4,1 bilhões, incluindo pagamentos a fornecedores, colaboradores e provedores de capital e tributos.

Valor Econômico Gerado (Milhões)	2018	2019	2020
Receitas	4.857	5.495	6.971

Valor Econômico Distribuído	2018	2019	2020
Custos Operacionais	2.019	2.225	2.229
Salários e Benefícios	363	435	499
Impostos, Taxas e Contribuições	465	129	653
Capital de Terceiros	41	55	81
Capital Próprio	221	515	655
<b>Total</b>	<b>3.110</b>	<b>3.361</b>	<b>4.120</b>

Valor Econômico Retido	2018	2019	2020
Valor Adicionado	1.746	2.134	2.851





03

NOSSA JORNADA ESG

COMPROMETIDOS  
COM A INCLUSÃO,  
CONSTRUINDO UM  
MUNDO MELHOR,  
DO JEITO CERTO.

## ONDE ESTAMOS

| GRI 102-43 |

Somos um banco para quem faz, um banco para o brasileiro e queremos desenvolver soluções reais, que façam a diferença! A agenda ESG (sigla em inglês para ambiental, social e governança) tem tudo a ver com a nossa natureza, modelo de negócios e, claro, com o nosso propósito de ver o brasileiro transformando desafios em conquistas.

Com essa ambição, não poderíamos deixar de olhar para a realidade na qual operamos, um dos países mais desiguais do mundo. Portanto, nosso desafio passa também por modificar a vida das pessoas, dando a elas ferramentas para superar as dificuldades.

Em 2020, quando começamos a mergulhar na nossa jornada ESG, financiamos mais de 125 mil motos e 210 mil veículos que, em sua grande parte, são utilizados como ferramentas de trabalho e, conseqüentemente, contribuem para o sustento de muita gente. Além disso, parte significativa da nossa carteira é composta por clientes que vivem em localidades de baixo IDH, que veem o PAN como uma janela para novas oportunidades e inclusão financeira.

Ainda no mesmo ano, investimos mais de 6,2 milhões de reais em 18 projetos sociais e iniciativas que atuam em diversos aspectos sociais críticos, ajudando brasileiros a transformar desafios em conquistas. E da porta para dentro, pensando em garantir a sustentabilidade social, ambiental e financeira de nossos negócios, nos estruturamos de forma robusta, com altos padrões de governança. Temos comitês de ética e lavagem de dinheiro ativos e, com a ajuda da tecnologia, combatemos diariamente fraudes no sistema financeiro.

Em nosso esforço constante pela democratização de serviços financeiros, sabemos que ainda há muito potencial para ajudar a sociedade positivamente. Por isso, seguimos buscando evoluir diariamente, com nosso cliente sempre em primeiro lugar.

Com isso em mente, vamos aprofundar nossa jornada ESG, buscando identificar, mensurar, reportar e aprimorar temas materiais relevantes para nossos clientes, colaboradores, parceiros e fornecedores.

## ONDE QUEREMOS CHEGAR

| GRI 102-44 | 102-15 | 102-43 |

Nossa visão é liderar a inclusão financeira digital das famílias brasileiras, com o propósito de um novo olhar para todos que querem vencer os obstáculos da vida.

Hoje, atuamos por meio de uma plataforma completa com o objetivo de gerar impactos positivos para a sociedade, clientes e colaboradores. Entretanto, entendemos que algumas linhas de negócios podem, mesmo que indiretamente, causar efeitos adversos. Pensando nisso, queremos mapear, entender, reportar e mitigar possíveis efeitos negativos causados por nossas atividades, serviços e produtos.

Criamos, então, melhores condições para impulsionar a inclusão interna e externamente, promovendo iniciativas de educação financeira, apoiando projetos sociais e focando em solidificar cada vez mais o Programa de Diversidade e Inclusão e a governança do PAN, com o objetivo de trazer cada vez mais segurança para clientes, colaboradores e acionistas.

# NOSSOS TEMAS MATERIAIS E ODS PRIORITÁRIOS

| GRI 102-12 | 102-46 |

Em 2021, aderimos ao Pacto Global e nos comprometemos a contribuir para a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU).

De modo a garantir que nossa agenda ESG estivesse alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, correlacionamos nossos temas materiais às metas dos principais ODS, garantindo convergência entre os compromissos ESG assumidos pelo PAN e a Agenda 2030 da ONU.

No fim do processo de elaboração da matriz de materialidade, verificamos que os materiais estão diretamente relacionados com 10 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) da Agenda 2030.

<b>PELA INCLUSÃO E FORMAÇÃO DO BRASILEIRO</b>	Educação financeira e impacto positivo de produtos e serviços	1	3	4	5	8
	Inovação e empreendedorismo	8				
	Diversidade e inclusão	5	8	10	16	
<b>POR UM MUNDO MELHOR NA PRÁTICA</b>	Satisfação do cliente	12	16			
	Mudança climática e gestão de recursos	10	12	13		
	Cultura e pessoas	4	8			
<b>FAZENDO DO JEITO CERTO</b>	Gestão integrada de riscos	8	10	13	16	
	Ética, transparência e compliance	8	10	12	16	
	Privacidade e segurança de dados	16				
	Gestão de parceiros e fornecedores	8	10	16		

# NOSSAS BANDEIRAS ESG

| GRI 102-11 | 102-42 | 102-43 | 102-44 | 102-46 | 102-47 |

Após um período de trabalho intenso e diversas pesquisas, definimos 10 temas materiais que irão nortear a estratégia e negócios do PAN.

**As preocupações e prioridades dos nossos clientes, colaboradores e parceiros**

**Nosso posicionamento e estratégia de negócios**

**Nosso potencial de criação de valor e impacto positivo para a sociedade e meio ambiente**

Para nós, é fundamental que a estratégia do PAN esteja alinhada às necessidades e expectativas de nossos clientes, fornecedores, colaboradores e parceiros e ao mesmo tempo ajude a criar valor econômico e social.

Ao longo do primeiro semestre de 2021, realizamos coleta de opinião e entrevistas com mais de 2 mil clientes, colaboradores e fornecedores. Além disso, olhamos para o nosso posicionamento como em-

presa e nos comparamos com nossos pares ao redor do mundo.

Tudo isso para responder a uma única pergunta: quais devem ser as nossas prioridades se quisermos transformar para melhor a sociedade e a vida dos nossos clientes?

A resposta? Sem inclusão financeira, estímulo à diversidade, respeito ao meio ambiente com inovação, ética e transparência não iremos a lugar nenhum.

Os 10 temas materiais escolhidos serão então nossa bússola na trajetória ESG. E para facilitar essa navegação, separamos estes temas em 3 grandes bandeiras que resumem o foco das nossas ações Ambientais, Sociais e de Governança Corporativa.

## Como navegar pelas nossas bandeiras

Explore cada uma de nossas bandeiras que organizam nossos temas materiais e ODS prioritários para saber mais sobre a nossa atuação ESG.

**1.**

### PELA INCLUSÃO E FORMAÇÃO DO BRASILEIRO

- Educação financeira e impacto positivo de produtos e serviços
- Inovação e empreendedorismo
- Diversidade e inclusão

**2.**

### POR UM MUNDO MELHOR NA PRÁTICA

- Satisfação do cliente
- Mudança climática e gestão de recursos
- Cultura e pessoas

**3.**

### FAZENDO DO JEITO CERTO

- Gestão integrada de riscos
- Ética, transparência e compliance
- Privacidade e segurança de dados
- Gestão de parceiros e fornecedores

# 1.

## PELA INCLUSÃO E FORMAÇÃO DO BRASILEIRO

Acolher e incluir faz parte da cultura PAN e é essencial num país continental, tão plural e desigual quanto o nosso. Por meio de produtos, conhecimento e educação financeira, garantimos acesso e possibilidades para todo mundo poder transformar seus desafios em conquistas. E internamente, trabalhamos por um ambiente mais diverso e inclusivo, saudável e estimulante para o nosso time.



## ODS PRIORITÁRIOS

# 1. PELA INCLUSÃO E FORMAÇÃO DO BRASILEIRO

| GRI 102-44 | 102-46 | 102-47 |

## TEMA MATERIAL

## Educação Financeira e Impacto Positivo de Produtos e Serviços

Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessárias para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, consigam fazer boas escolhas, sabendo onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar. Para este tema material, soma-se o impacto positivo à sociedade e comunidades pelos produtos de crédito oferecidos pelo PAN. Inclui-se nesse conceito as microfinanças, que são a prestação de serviços financeiros adequados e sustentáveis para a população de baixa renda, tradicionalmente excluída do sistema financeiro, com a utilização de produtos, processos e gestão diferenciados.

## Inovação e Empreendedorismo

Nesse tópico, focamos na importância do desenvolvimento e uso de ferramentas e modelos de negócio baseados em tecnologia que visem ganho de escala e eficiência operacional, facilitando o acesso de nossos clientes a ferramentas inovadoras e a soluções que abram caminho para que assumam novos desafios e oportunidades.

## Diversidade e Inclusão

Esse tópico abrange políticas e ações que objetivam promover inclusão, desenvolvimento e ascensão de pessoas pertencentes a grupos sub-representados no quadro de colaboradores, além de democratizar o acesso ao sistema bancário por meio de produtos, incentivos, campanhas e ações de Educação Financeira.

## NOSSAS ODS



# EDUCAÇÃO FINANCEIRA

| GRI 102-7 | 203-1 | 413-1 |

Queremos democratizar o acesso bancário às classes mais vulneráveis. Queremos transformar desafios em conquistas.

Não existe democratização sem educação ou conquistas sem conhecimento. Entendemos que, para satisfazer as necessidades de nossos clientes e ajudá-los a enfrentar os obstáculos da vida, é preciso fornecer as ferramentas corretas. E por esse motivo, oferecemos produtos com impacto positivo alinhados a iniciativas de educação financeira para as classes mais vulneráveis da sociedade brasileira.

Dessa forma, acreditamos que as pessoas possam ter mais consciência sobre suas decisões e consigam priorizar seus gastos. Conheça nossas iniciativas nesse sentido:



## PRA FAZER MAIS:

Nosso canal no YouTube, com vídeos e conteúdos sobre controle de gastos, renegociação de dívidas, explicação de produtos e termos financeiros. De acordo com o Tubular Labs (em junho de 2021), era o **3º canal mais influente no YouTube sobre Educação Financeira.**



**Controle seus gastos**



**Zero Dívida**

## Blog PAN

O Hub de Conteúdo Amigo do Dinheiro tem como objetivo levar educação e inclusão financeira aos consumidores das classes C, D e E por meio de conteúdos em texto e imagens (infográficos) que falem sobre o universo narrativo de finanças e economia.

Dando autoridade e protagonismo para o leitor, o blog é dividido em 4 subeditorias: controle seus gastos, zero dívida, mais crédito para você e renda extra.

Mensalmente são publicados aproximadamente 110 conteúdos mensais. Com um ano de existência, o portal já alcançou a marca de 1,3 milhão de *page views*.

## IMPACTO POSITIVO DE PRODUTOS

### Crédito como Solução, e não como Problema.

**Por: Silvia De Lucca**  
Superintendente executiva  
de modelagem de crédito

#### Sobre a Silvia

Bacharel e Mestre em Física pela Universidade de São Paulo. Iniciou sua carreira fora do meio acadêmico em 2007 – sempre com foco no uso de dados para concessão e gestão do crédito à Pessoa Física e Jurídica.

Em maio de 2019 chega ao PAN, juntando-se ao time de modelagem de crédito. Hoje lidera o time de crédito em Banking.

**Somos o banco parceiro dos brasileiros, sempre buscamos oferecer produtos que tenham impacto positivo em suas vidas. Nesse sentido, como você vê a importância do crédito para o nosso cliente?**

*Enxergo o crédito como uma forma de viabilizar caminhos, de gerar possibilidades. Como diz minha mãe, possibilidades sempre vêm junto com responsabilidades.*

*Por vezes, as pessoas enxergam no banco uma forma de conseguir dinheiro sem precisar “dar satisfações para ninguém”. Entretanto, o nosso principal compromisso deve ser com nós mesmos.*

*É importante sempre fazer certas perguntas, como: estou usando esse crédito por necessidade e/ou com sabedoria, ou somente para satisfação de um prazer momentâneo, sem me atentar para as minhas reais necessidades?*

*O crédito tem o poder de ser uma alavanca para a realização de sonhos e criação de um círculo virtuoso para melhorar a vida das pessoas – viabilizando um estudo, ajudando a ter seu próprio negócio, a passar por um momento difícil.*



**Ou seja, acesso ao crédito é uma demanda central para o nosso cliente. Você consegue nos explicar de forma simples como funciona a aprovação do crédito para nossa base de clientes?**

Buscamos conceder um limite de crédito que não comprometa a saúde financeira de nosso cliente e seja compatível com sua renda e com os gastos que ele possui atualmente.

O Open Banking será importante nesse processo de concessão de crédito saudável e consciente, pois poderemos de fato entender a realidade de cada cliente para juntos construirmos uma jornada customizada.

Muitas vezes as pessoas se sentem penalizadas ao pagar juros e multa em contas atrasadas. Entretanto, se você tivesse que emprestar dinheiro a alguém que atrasa o pagamento de suas contas, como fica a relação de confiança?

Ao pedir dinheiro a um banco, também é necessário construir essa relação de confiança, assim como fazemos nas relações pessoais.

Investimos muito na concessão de crédito de pequenos valores para iniciarmos um relacionamento com nosso cliente.

Essa é uma forma muito valiosa de entender como lidar com crédito. À medida que o relacionamento vai sendo criado, maiores limites e diferentes linhas de crédito são ofertadas de acordo com o histórico e perfil de cada cliente.

Ser o banco parceiro de brasileiros e brasileiras significa que queremos um relacionamento duradouro e saudável. Entendemos que, quando o crédito não é concedido de maneira estruturada, podemos ter uma elevada rentabilidade inicial, porém sem perpetuidade e canibalizando nosso próprio negócio.

Precisamos estabelecer um círculo virtuoso, ofertando um crédito com preço justo, dando oportunidade aos clientes de construir e evoluir em cima dele.

**Certo, mas e depois de conceder o limite de crédito? Como garantir que esse limite não se torne uma armadilha para o nosso cliente, fazendo ele entrar em um pesadelo de dívidas?**

Recorrentemente avaliamos a forma como nossos clientes usam o crédito: tanto para ofertar maiores limites, caso ele demonstre maior necessidade e possibilidade de lidar com o novo crédito de maneira saudável, quanto para evitar que ele perca o controle de suas finanças.

Por exemplo, quando identificamos que o nível de endividamento do nosso cliente está aumentando além de suas possibilidades, buscamos oferecer formas de parcelamento da dívida para evitar que se forme uma bola de neve.

Certamente, algumas realidades são muito mais desafiadoras que outras, emergências acontecem e não podemos romantizar esse processo. Porém, como vamos reagir, quais os pontos de apoio que vamos buscar, como vamos repensar nossa realidade, nossas escolhas para enfrentar os problemas é essencial.

Atualmente, a possibilidade de atrelar o FGTS à concessão de um empréstimo é uma maneira muito boa de acesso ao crédito. Porém, como disse anteriormente, a forma como usamos esse dinheiro é muito importante para que ele nos alavanque.

É de extrema importância que o cliente não se deixe seduzir e saiba usá-lo com sabedoria, de modo a retomar o controle sobre suas finanças e conquistar uma vida melhor. Por isso, estamos buscando trazer o tema de educação financeira de forma prática e clara, sem julgamentos, para ajudar na criação de um ponto de apoio sólido para cada um de nossos clientes.

**Como disse Arquimedes, "dê-me uma alavanca e um ponto de apoio, e eu moverei o mundo". O crédito é a alavanca e as escolhas diárias, o planejamento é o ponto de apoio.**

**39%**

MULHERES EM CARGOS  
DE LIDERANÇA

**3,4%**

COLABORADORES  
COM DEFICIÊNCIA

**31%**

COLABORADORES  
PRETOS E PARDOS



# DIVERSIDADE E INCLUSÃO

| GRI 102-8 | 102-27 | 405-1 | 404-2 | 203-2 |

Queremos tornar o PAN cada vez mais diverso e inclusivo, sendo um ambiente propício à criatividade.

O PAN é um lugar para talentos que fazem acontecer. Nossos colaboradores são parte fundamental da nossa cadeia de valor. É com isso em mente que adotamos uma série de iniciativas para a seleção, desenvolvimento e crescimento dos nossos colaboradores, sempre com o objetivo de promover e valorizar um ambiente inclusivo e confortável para acolher todas as diferenças.

Acreditamos na importância da Diversidade e Inclusão como valor fundamental para contribuir com uma sociedade mais justa e igualitária, além de promover um ambiente de trabalho mais inovador, que, conseqüentemente, contribui com os nossos resultados.

O Programa de Diversidade e Inclusão foi lançado em 2019 e segue em constante evolução. Confira os principais avanços e ações realizadas:



### Treinamentos em Diversidade e Inclusão

| GRI 412-2 |

Além dos programas, workshops, materiais informativos e iniciativas recorrentes de conscientização, até junho de 2021, 407 colaboradores concluíram o treinamento on-line de Diversidade e Inclusão na Universidade PAN, que conta com os seguintes módulos:

- Histórico do tema nas organizações;
- Indicadores, desigualdades e frases enraizadas que devemos retirar do nosso vocabulário;
- Por que investir em Diversidade e Inclusão como estratégia de negócio?
- Liderança Inclusiva;
- Vieses Inconscientes: conhecer para combater.

### Grupos de Afinidade PAN

Com o objetivo de promover o diálogo, o lugar de fala e a participação dos colaboradores de diversas áreas e perfis na agenda de Diversidade e Inclusão, os grupos são relacionados à promoção da equidade de gênero, racial, LGBTQIA+ e de pessoas com deficiência – temas definidos como prioritários no PAN. São responsáveis por sugerir e endereçar ações, fomentando o tema na organização. Cada grupo conta com 1 *sponsor* – representante da alta liderança, responsável por disseminar o tema internamente e externamente, 1 líder, 1 colíder e demais participantes voluntários responsáveis pela condução das iniciativas.



## Equidade de Gênero

### Somos uma das melhores empresas para mulheres trabalharem.

Para fortalecer cada vez mais o nosso posicionamento e compromisso com relação ao tema da diversidade no PAN, somos signatários dos Princípios de Empoderamento Feminino, da ONU, e já fomos reconhecidos por dois anos consecutivos no *ranking* de melhores empresas para as mulheres trabalharem, de acordo com a GPTW – que avalia os indicadores, práticas corporativas e participação na tomada de decisão.

#### Colaboradores por Gênero e Cargo | GRI 102-8 | 405-1 |

Nível	2018			2019			2020			1S 2021		
	F	M	Total									
Gerência	101	164	265	99	174	273	113	196	309	141	220	361
Coord. / Espec.	58	81	139	80	127	207	90	149	239	105	213	318
Analistas	429	451	880	465	533	998	487	566	1.053	556	713	1.269
Assistentes	486	425	911	491	489	980	480	416	896	515	423	938
<b>Total Geral</b>	<b>1.074</b>	<b>1.121</b>	<b>2.195</b>	<b>1.135</b>	<b>1.323</b>	<b>2.458</b>	<b>1.170</b>	<b>1.327</b>	<b>2.497</b>	<b>1.317</b>	<b>1.569</b>	<b>2.886</b>

#### Colaboradores por Faixa Etária e Cargo (em anos) | GRI 102-8 | 405-1 |

Nível	2018				2019				2020				1S 2021			
	Até 30	Entre 30 e 50	Mais de 50	Total	Até 30	Entre 30 e 50	Mais de 50	Total	Até 30	Entre 30 e 50	Mais de 50	Total	Até 30	Entre 30 e 50	Mais de 50	Total
Gerência	14	232	19	265	20	232	21	273	24	262	23	309	24	313	24	361
Coord. / Espec.	22	111	6	139	40	156	11	207	43	185	11	239	77	224	17	318
Analistas	309	546	25	880	364	615	19	998	382	649	22	1.053	488	750	31	1.269
Assistentes	239	638	34	911	218	720	42	980	167	679	50	896	169	728	41	938
<b>Total Geral</b>	<b>584</b>	<b>1.527</b>	<b>84</b>	<b>2.195</b>	<b>642</b>	<b>1.723</b>	<b>93</b>	<b>2.458</b>	<b>616</b>	<b>1.775</b>	<b>106</b>	<b>2.497</b>	<b>758</b>	<b>2.015</b>	<b>113</b>	<b>2.886</b>

## Colaboradores Pretos e Pardos | GRI 102-8 | 405-1 |

	2018	2019	2020	1S 2021
Pardos	358	530	543	698
Pretos	97	99	117	193
Total Geral	455	629	660	891

## Composição Conselho por Faixa Etária | GRI 102-8 | 405-1 |

Faixa Etária	2018	2019	2020	1S 2021
Acima de 50 anos	8	5	5	7
Até 50 Anos	5	5	6	5
Total Geral	13	10	11	12

## Colaboradores com Deficiência | GRI 102-8 | 405-1 |

	2018	2019	2020	1S 2021
Pessoas com deficiência	118	112	101	97

## Razão Matemática da Remuneração de Mulheres em Relação aos Homens | GRI 405-2 |

	2018	2019	2020	1S 2021
Total	96%	95%	94%	95%

## Rotatividade por Gênero e Faixa Etária | GRI 102-8 | 401-1 | 405-1 |

VOLUNTÁRIA	2018			2019			2020			1S 2021		
	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total
Faixa Etária												
Até 30 anos	1,3%	1,4%	2,6%	1,5%	2,7%	4,1%	1,4%	2,7%	4,0%	1,1%	1,8%	2,9%
Entre 30 e 50 anos	1,5%	1,4%	2,8%	1,2%	2,1%	3,4%	1,1%	2,8%	3,9%	1,4%	2,2%	3,5%
Acima de 50 anos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Total	2,7%	2,7%	5,5%	2,7%	4,8%	7,5%	2,4%	5,5%	7,9%	2,4%	4,1%	6,5%

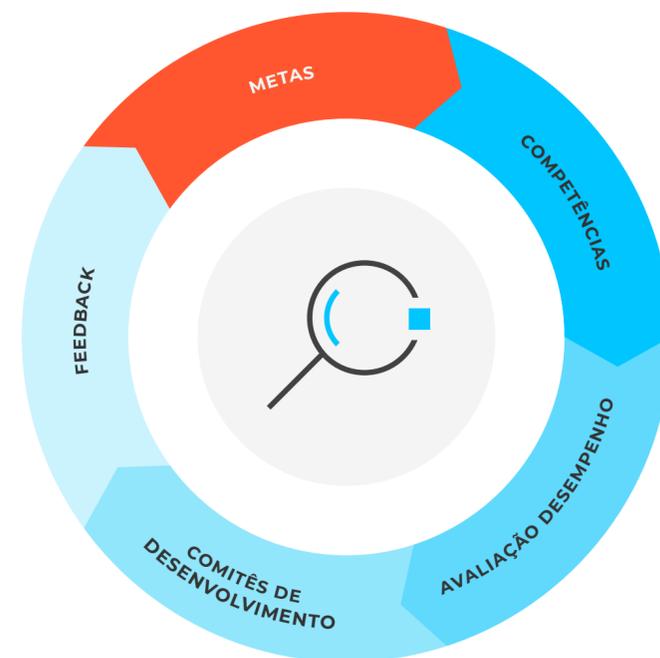


# TALENTOS

| GRI 102-7 | 102-28 | 102-35 | 102-36 | 404-2 | 404-3 |

## Gestão de Desempenho

O processo de Gestão de Desempenho contribui para definir, acompanhar e mensurar o desempenho de 100% dos colaboradores, alinhado à nossa estratégia e aos comportamentos esperados no dia a dia. O processo ocorre anualmente, buscando promover o desenvolvimento, potencializar a cultura de reconhecimento e incentivar a prática do *feedback*. O ciclo é composto por 5 etapas:



### Ciclo de gestão de desempenho

O modelo utilizado para avaliação de Competências (Atitude PAN) é 360° para líderes e 180° para colaboradores, propiciando multiplicidade de visões e *feedback* amplo. Os Comitês de Desenvolvimento propiciam uma avaliação colegiada dos colaboradores, que enriquecem também o Momento Feedback, tanto ao término do ciclo como ao longo do ano.

#### METAS

Corporativas, Áreas e Individuais – contratadas anualmente.

#### AVALIAÇÃO DESEMPENHO

Período anual de avaliação das metas e das competências.

#### FEEDBACK

Ao término do Ciclo, são realizadas as reuniões de *feedback* e endereçados os pontos de desenvolvimento. No decorrer do ano, trimestralmente, também acontecem os “Momentos Feedback”, pois acreditamos que essa é uma prática fundamental para ampliar a consciência, apontar caminhos e alternativas de desenvolvimento que contribuirão com a evolução do desempenho.

#### COMPETÊNCIAS

Atitude PAN. Comportamentos que devemos praticar em nosso dia a dia.

#### COMITÊS DE DESENVOLVIMENTO

Comitês focados em:

- Mérito e promoções;
- Desenvolvimento.

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

# 70%

METAS QUANTITATIVAS (O QUE)

# 30%

COMPETÊNCIAS (COMO)

- Impacto na remuneração variável;
- Foco em desenvolvimento, carreira e sucessão;
- Requisito para Movimentações;
- Referência para o Comitê de Desenvolvimento.

## METAS

# 8 METAS

2 CORPORATIVAS

2 ÁREA

4 INDIVIDUAIS

As metas são **O QUE** entregamos, ou seja, a forma como transformamos a missão e a estratégia do PAN em resultados.

O modelo SMART contribui para que a meta seja contratada de forma adequada, seguindo os parâmetros abaixo:

- S** específica
- M** mensurável
- A** alcançável
- R** relevante
- T** temporal

**PAN Reconhece**

Reconhecer a dedicação dos nossos funcionários faz parte da nossa essência. O programa “PAN Reconhece” possui três pilares:

**Talentos:**

Mediante a gestão de desempenho, reconhecemos os colaboradores que se destacam nas entregas e no processo de avaliação do ano, por meio de méritos e promoções. Para celebrar com suas famílias, os colaboradores reconhecidos recebem em suas casas uma caixa do programa com duas taças e um champanhe, além de uma carta de parabenização. Há também uma comunicação específica do tema para toda a organização, como forma de reconhecer publicamente esses profissionais.

**Tempo de Casa:**

Os colaboradores que completam 5, 10, 15 e 20 anos de casa em diante recebem alguns reconhecimentos pelo tempo dedicado ao PAN, como dias de folga, camiseta, *vouchers* em dinheiro, café com executivos, placas, etc. – de acordo com o tempo de casa completado. Esta ação promove grande engajamento dos colaboradores, e é comum publicarem no LinkedIn a carta que recebem como reconhecimento de tempo de casa. Na festa de fim de ano do PAN, também há um espaço para parabenizar esses colaboradores.

**Engajamento nas ações de Desenvolvimento:**

Como forma de reconhecer os colaboradores que mais se engajam nas nossas ações, premiamos os multiplicadores internos e os colaboradores que mais participam das diferentes iniciativas de desenvolvimento promovidas pelo PAN. Os funcionários que se destacam recebem brindes e vales-experiência. A premiação ocorre semestralmente e é divulgada por e-mail a todos os colaboradores, como forma de reconhecimento e agradecimento. Em 2020, em especial, também foi compartilhada na festa *live* de fim de ano, com foto de todos os premiados em cada categoria, e reforçamos via *e-mail marketing* após a festa. Além disso, contamos com uma plataforma de gamificação para que, ao participarem das ações de desenvolvimento, os colaboradores acumulem pontos (“BitPans”), que podem ser trocados por *vouchers* e recompensas!

**Participação nos Resultados****GRI 102-41**

Com o objetivo de engajar e remunerar de maneira justa e adequada nossos colaboradores, assinamos o acordo coletivo do Programa de Participação nos Resultados (PPR).

O acordo de PPR tem por objetivo remunerar os colaboradores do PAN, considerando a contratação de metas individuais e coletivas, atreladas à performance. Neste acordo são contempladas as regras de elegibilidade e métricas para pagamento, bem como critérios de avaliação das metas.

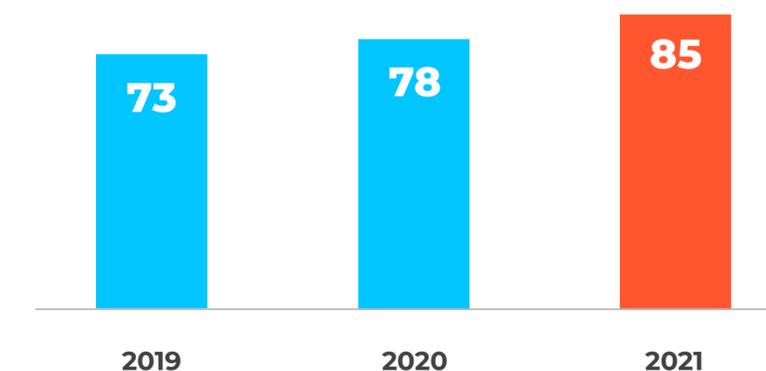
No fim de 2020, esse acordo contemplava 1.260 funcionários, que representam 60% do total de colaboradores, uma vez que as equipes comerciais, aprendizes e estagiários não são aderentes ao acordo. Atualmente, este é o único acordo coletivo vigente.

**Clima e Engajamento**

Anualmente, realizamos a Pesquisa de Clima, em parceria com a GPTW, com o objetivo de ouvir os colaboradores sobre os nossos pontos positivos e oportunidades de melhoria a fim de sermos um lugar cada vez melhor para trabalhar. Após a aplicação da pesquisa, realizamos a divulgação dos resultados por área e, em conjunto com os funcionários, desenhamos planos de ação corporativos e específicos das áreas para os pontos identificados a desenvolver. O PAN está em constante evolução no clima organizacional.

**Evolução do Clima Organizacional no PAN**

Resultados ano a ano da Pesquisa de Clima com os colaboradores.





## Remuneração

A remuneração fixa está diretamente relacionada à experiência, qualificação e posição de determinado colaborador dentro da organização. Periodicamente, participamos de pesquisas salariais com o objetivo de gerenciar nossa posição relativa e nossa capacidade de atração e retenção de profissionais. Anualmente, os empregados ficam elegíveis ao programa de meritocracia, que visa reconhecer o desempenho e as entregas individuais, além do programa de participação nos lucros e resultados estabelecido pelo sindicato. Possuímos um programa próprio de participação nos resultados, atrelado ao alcance de metas corporativas e avaliação individual de performance. Não possuímos plano de outorga de opções de ações e colaboradores.



## Benefícios

| GRI 401-2 |

Concedemos os benefícios como: vale-refeição, vale-alimentação, vale-transporte, vale-combustível, assistência médica, assistência odontológica, seguro de vida, auxílio babá e creche, etc.

Além disso, nossos colaboradores contam com uma experiência diferenciada, agregando ao seu pacote outros benefícios como: plataforma de descontos com diversos estabelecimentos credenciados, convênio com academias de ginástica, grupos de corrida com monitores especializados e programas de qualidade de vida. Veja alguns exemplos:

### Programa de Apoio ao Colaborador

| GRI 403-6 |

O Programa de Apoio ao Colaborador oferece suporte especializado às questões de vida e de trabalho, para auxiliar os colaboradores e dependentes a resolverem situações que estão afetando seu bem-estar e qualidade de vida. O programa é totalmente sigiloso e confidencial, e os suportes oferecidos funcionam 24 horas por dia, 7 dias por semana e se enquadram em quatro grandes áreas:

- **Orientação Psicológica** - acolhimento, orientações, suporte para lidar com questões emocionais, questões de relacionamento e dependências;
- **Orientação Social** - orientações socioeconômicas, informações de políticas públicas, questões previdenciárias, suporte social em casos de óbito e orientação familiar;
- **Orientação Financeira** - planejamento financeiro e ferramentas de controles financeiros;
- **Orientação Jurídica** - Direito do consumidor, Direito imobiliário, Direito previdenciário, Direito da família, Direito sucessório e outros.

Os colaboradores e dependentes do PAN podem procurar ajuda profissional a qualquer momento, de forma gratuita, por meio de ligação telefônica com os especialistas do programa.

### Psicoterapia *On-line*

Pensando cada vez mais na prevenção e cuidado referente à saúde emocional e mental dos nossos colaboradores, oferecemos, em parceria com a Psicologia Viva, uma plataforma de terapia *on-line* que funciona 24 horas por dia e 7 dias por semana, afinal, acreditamos que o apoio psicológico é importante para todas as pessoas em qualquer momento de suas vidas.

O atendimento ocorre de forma remota, por videoconferência, com o objetivo de diminuir o abandono aos procedimentos e evitar todos os transtornos que envolvem o deslocamento nos grandes centros. Todos os colaboradores do PAN têm direito a duas sessões mensais gratuitas e podem acessar o benefício de qualquer local (celular, *tablet* ou computador) pelo site da Psicologia Viva ou pelo app.

### Serviço de Telemedicina

No início da pandemia do novo coronavírus em 2020, percebemos a necessidade de implantar mais um novo benefício no PAN. Com o objetivo de reduzir os deslocamentos, evitar aglomerações e facilitar o dia a dia dos colaboradores e seus dependentes, o serviço de telemedicina passou a ser disponibilizado em parceria com a nossa consultoria de saúde, por meio do aplicativo Dr. Alper. São consultas sem sair de casa (por videochamada), com atendimento médico especializado 24 horas por dia e 7 dias por semana, de forma rápida e sem triagem. Além disso, é possível receber receitas eletrônicas para o início do tratamento.

### Serviço Social *In Company*

Em 2020, com o objetivo de incentivar e apoiar cada vez mais a promoção da saúde e bem-estar dos colaboradores, implantamos o Serviço Social no PAN. Contamos com uma profissional especializada que apoia gestores, colaboradores e familiares na condução e organização de diversos temas, tais como: esclarecimento aos colaboradores dos benefícios da empresa; suporte social aos colaboradores afastados; apoio em processos de solicitação de medicação de alto custo; acompanhamento de internações, visitas hospitalares e domiciliares: atendimento, acolhimento e orientação aos colaboradores e seus familiares nas suas demandas, em especial de saúde, dependência química, assédio, conflitos familiares, violência, falecimento, entre outras necessidades específicas de cada colaborador(a).

### Campanhas de vacinação e de conscientização à Saúde e Qualidade de Vida

Aqui no PAN, temos a prática de realizar diversas campanhas de conscientização e promoção à saúde e qualidade de vida. Realizamos a **campanha de vacinação contra a gripe para todos os colaboradores de forma gratuita**. Em 2020, por conta da pandemia, organizamos um sistema de *drive thru* para vacinação. Dessa forma, conseguimos garantir a saúde e a segurança de todos os nossos colaboradores, além de aproveitarmos este momento para arrecadar alimentos e itens de higiene, que posteriormente foram distribuídos para ONGs e famílias de baixa renda. Em 2021, os dependentes também foram incluídos em nossa campanha de vacinação.

Com relação às campanhas de prevenção da saúde, abordamos aspectos relacionados à saúde mental, física, emocional e de acolhimento em campanhas como Agosto Lilás, Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul e Dezembro Laranja. Realizamos bate-papos e *lives* com especialistas dos temas, para que nossos colaboradores possam se conscientizar cada vez mais sobre a importância dos cuidados com a nossa saúde de uma forma geral. Em 2020,

nas campanhas de Outubro Rosa e Novembro Azul, além de todo o trabalho de comunicação, promovemos um *check-up* de exames preventivos para os colaboradores que ainda não haviam realizado nos nossos ambulatórios próprios. Contamos com a participação do Dr. Drauzio Varella, em uma *live* que abordou o tema com todos os nossos colaboradores.

Ao longo do ano, também desenvolvemos algumas ações para contribuir com a adaptação dos colaboradores neste momento atípico que vivemos. Procuramos fornecer o máximo de informações e dar todo o suporte para que pudessem ter uma alimentação mais saudável, dormir bem, manter corpo e mente saudáveis, além de indicações de lazer em suas casas. Para isso, divulgamos diversos materiais e guias informativos, além de dicas de nutricionistas e orientadores físicos, por exemplo.

### Gympass

Em parceria com a Gympass, disponibilizamos o acesso a diversas academias, instalações de esportes, fitness e bem-estar. São várias modalidades de planos oferecidas e com valores diferenciados, com a opção de desconto do plano mensal em folha de pagamento. Na implantação do benefício, para comemorar e incentivar os colaboradores a praticarem atividades físicas, fizemos uma ambientação em todos os andares e entregamos um kit com uma toalha e uma *squeeze* para todos. Também tivemos aula de ioga e palestras com nutricionistas, além dos sorteios de uma bicicleta e de *vouchers* da Netshoes. Diante da pandemia, em 2020 foram oferecidas diversas aulas funcionais, de ioga, alongamento e meditação de forma *on-line*.

### Programa de Maternidade | Licença-Maternidade e Paternidade Estendidas | Auxílio Creche | Sala de Aleitamento GRI 401-3

Criamos o Programa Melhor Maternidade com o objetivo de promover a saúde da mãe e do bebê durante todo o período gestacional e pós-parto. O acompanhamento é realizado por uma equipe de saúde multidisciplinar especializada e preparada para dar todo o suporte às futuras mães – que podem ser as colaboradoras ou dependentes. Além disso, o PAN participa do Programa Empresa Cidadã, que concede a extensão de 60 dias adicionais na Licença-Maternidade (totalizando 180 dias) e a extensão de 15 dias de Licença-Paternidade, além dos 5 dias já concedidos em lei. Os pais do PAN também contam com o Auxílio Creche ou Auxílio Babá, que é concedido para colaboradores que possuem filhos com até 5 anos e 11 meses, matriculados em escolas/creches ou sob os cuidados de um profissional devidamente registrado. Para as colaboradoras da Paulista e do Burity, com filhos em período de amamentação, disponibilizamos salas de apoio com privacidade e segurança para o processo de extração e armazenamento do leite.

### Ginástica Laboral | Consulta com Ergonomistas

Desde 2016, oferecemos aos nossos colaboradores a ginástica laboral duas vezes por semana no próprio ambiente de trabalho, com foco em melhorar o desempenho, a qualidade de vida e a saúde de todos. Em 2020, em função da pandemia, as aulas passaram a acontecer de forma *on-line*, com professores especializados e 10 minutos de exercícios fundamentais para a compensação de posturas. Além disso, disponibilizamos uma ajuda gratuita e especializada para os colaboradores organizarem seu espaço de trabalho em casa com os recursos disponíveis. A consulta com ergonomistas ocorre de forma individual, de acordo com o horário agendado pelos colaboradores, por chamada de vídeo.

### **Aulas de loga e Mindfulness**

Com o objetivo de promover atividades que reduzam o estresse e a ansiedade diante do cenário de pandemia, em 2020 lançamos mais uma oportunidade dos colaboradores se cuidarem e trabalharem a atenção plena de forma *on-line*. São aulas de loga e *Mindfulness* específicas para o time PAN, que acontecem duas vezes por semana com instrutores especializados e com 45 minutos de duração.

### **Portal de Benefícios – Allya**

O Portal de Benefícios PAN é uma plataforma repleta de promoções exclusivas para a compra de produtos e serviços em farmácias, cinemas, cursos, restaurantes, estéticas, *e-commerces*, hotéis e muito mais!

### **Day Off**

Os colaboradores do PAN podem tirar um dia de folga no mês do seu aniversário e no mês em que completam mais um ano de Banco PAN!

### **Auxílio Farmácia**

O Auxílio Farmácia chegou em 2021 para agregar ao nosso pacote de benefícios, contando com descontos exclusivos de até 85% na rede credenciada da rede Alelo. Além do desconto, os colaboradores terão um limite de crédito mensal, e o valor será descontado direto na folha de pagamento sem taxas nem juros.

### **Litpass**

Em parceria com a escola de Negócios Saint Paul, disponibilizamos o benefício Litpass para impulsionar o desenvolvimento dos nossos talentos. O Litpass é uma plataforma digital de educação personalizada que conta com diversos cursos nas mais variadas áreas de atuação profissional, incluindo MBA. Os planos oferecidos são diferenciados no mercado e com subsídio do PAN!

### **Grupo de Corrida - Acelera PAN**

Para apoiar os nossos colaboradores na prática de atividade física, oferecemos a eles o grupo de corrida, que conta com uma assessoria esportiva para treinos ao ar livre, 3 vezes por semana, no Parque do Ibirapuera e na USP.

Além disso, os colaboradores com uma frequência de 30% nos treinos podem se inscrever para participar das corridas previamente definidas no calendário PAN. As corridas são gratuitas e patrocinadas pelo PAN ao longo do ano.

Com a pandemia, suspendemos os treinos presenciais. A equipe de especialistas realiza treinos *on-line*, com orientações e direcionamentos para a prática, até mesmo com corridas *on-line*.

## **Em ano de pandemia, demos cuidado e acolhimento aos nossos colaboradores.**

Desde março de 2020, em função da pandemia, os colaboradores do PAN passaram a atuar em *home office*. As ações realizadas durante a pandemia objetivam apoiar a saúde física e mental de nossos colaboradores e familiares.

### **Bem-estar**

- Aulas semanais *on-line* de ioga;
- *Mindfulness* e ginástica laboral;
- *Lives*, treinamentos e comunicados informativos sobre saúde mental;
- Adaptação ao novo momento, empatia e conexão por meio da comunicação não violenta com especialistas nos respectivos temas;
- Envio das cadeiras ergonômicas para as casas dos funcionários.

### **Equipe de Saúde | Covid-19**

Desde o início da pandemia, a nossa equipe médica acompanha todos os casos de suspeita e confirmação da Covid-19 dos nossos colaboradores e dependentes, diante de atendimentos de forma *on-line* e por telefone, para orientações, direcionamentos, acolhimento e acompanhamentos de internações.



## Desenvolvimento Organizacional

Durante o primeiro semestre de 2021, foram realizadas **28.958** horas de treinamento no PAN – uma média de **9,8** horas por funcionário. Na área de Desenvolvimento Organizacional e Treinamento, elaboramos diversos conteúdos internamente, mas também trabalhamos com consultorias especializadas, principalmente em temas mais técnicos ou relacionados ao desenvolvimento da liderança.

### O PAN está ON

Desde março de 2020, todos os nossos treinamentos presenciais foram adaptados para o formato *on-line*. Além disso, intensificamos nossos conteúdos de educação à distância e lançamos mais treinamentos especializados em nossa plataforma *on-line* “Universidade PAN”, à qual todos os funcionários têm acesso como meio de potencializar o seu desenvolvimento.

No PAN, temos programas específicos em todos os níveis da organização. O programa de desenvolvimento da liderança, por exemplo, é dividido em 3 grandes grupos, de acordo com a nossa hierarquia. Em cada programa, trabalhamos conteúdos específicos. Também temos o “PAN X”, nosso programa de multiplicadores internos, em que os próprios funcionários ministram treinamentos relacionados a temas que dominam. Além disso, temos grupos de diálogo e trocas de experiências, como o programa “Trocando Ideias” e o “Clube do Livro PAN”. Em 2021, lançamos o programa Inova PAN com o objetivo de fomentar os colaboradores a atuarem como intraempreendedores.

Os novos colaboradores, além das iniciativas de integração, têm a plataforma *on-line* à disposição para se alinhar à nossa cultura e compreender as estruturas de negócios.

### Treinamentos - Média de horas por colaborador | GRI 404-1 |

	2019	2020	1S 2021
Totais	18,2	17,2	10,0
Homens	15,7	19,7	9,5
Mulheres	16,9	18,4	9,8

### Treinamentos - Práticas Anticorrupção | GRI 205-2 |

Tema	2019		2020		1S 2021	
	Qtd pessoas	Qtd de horas	Qtd pessoas	Qtd de horas	Qtd pessoas	Qtd de horas
Anticorrupção	542	271	583	300	742	371
Prevenção à Lavagem de Dinheiro	555	277	1.712	856	874	437
LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados	-	-	2.107	1.584	1.091	818

### Programa de Estágio

Anualmente, realizamos o Programa de Estágio do PAN, sempre considerando diversidade e representatividade nos programas de portas de entrada. A seleção é feita com teste de alinhamento cultural, testes *on-line*, dinâmicas e *cases* relacionados a produtos do banco.

Os estagiários participam de uma programação completa de *onboarding*, com apresentação dos responsáveis de todas as áreas e produtos do banco, além de contarem com 'padrinhos/madrinhas', que apoiam no período de adaptação, enquanto os gestores recebem todas as orientações para um acolhimento surpreendente dos estagiários em suas respectivas áreas.

Cada estagiário contratado tem um projeto de acordo com seu curso e necessidade da área em que atua, com acompanhamento da gestão e da área de Pessoas, que também realiza uma avaliação quadrimestral de performance e desenvolvimento profissional. Os estagiários também contam com *feedbacks* recorrentes, treinamentos específicos para aprimorar as competências, ações e eventos corporativos de acordo com seu interesse e acesso livre aos cursos da Universidade PAN.

As vagas de Analista Júnior do PAN são abertas para que os(as) estagiários(as) se candidatem e participem do processo seletivo com prioridade, caso tenham boa performance e as vagas sejam compatíveis com suas competências. Além disso, a duração do estágio pode ser de até dois anos, a depender das entregas e data de formatação no ensino superior.

Em 2021, diante do cenário de expansão da área de Tecnologia, criamos um programa de estágio específico para esse público. Os(as) estagiários(as) contarão com um período de treinamentos, desenvolvimento e preparação profissional. Tivemos cerca de 5.700 pessoas inscritas, e a revelação dos aprovados foi feita por uma *live* surpresa junto com os finalistas e o CIO do PAN.

**Em 2020, o nosso percentual de efetivação dos(as) estagiários(as) foi de 76% e foram realizados 3 treinamentos para estagiários(as) em parceria com a Nube, com os temas:**

- Criatividade e Inovação;
- Gestão de Tempo e Organização no *Home Office*;
- Comunicação.

**Foram 126 participações, com média de NPS de 80.**



## EQUIPE PAN EM NÚMEROS

| GRI 102-8 | 405-1 |

# 2.886

COLABORADORES EM 2021

2020 **2.497**  
 2019 **2.458**  
 2018 **2.195**

Número de terceirizados

2018	2019	2020	1S 2021
578	617	449	541

### NORTE

2018 **50**  
 2019 **42**  
 2020 **42**  
 1S 2021 **48**

### NORDESTE

2018 **159**  
 2019 **178**  
 2020 **176**  
 1S 2021 **183**

### CENTRO-OESTE

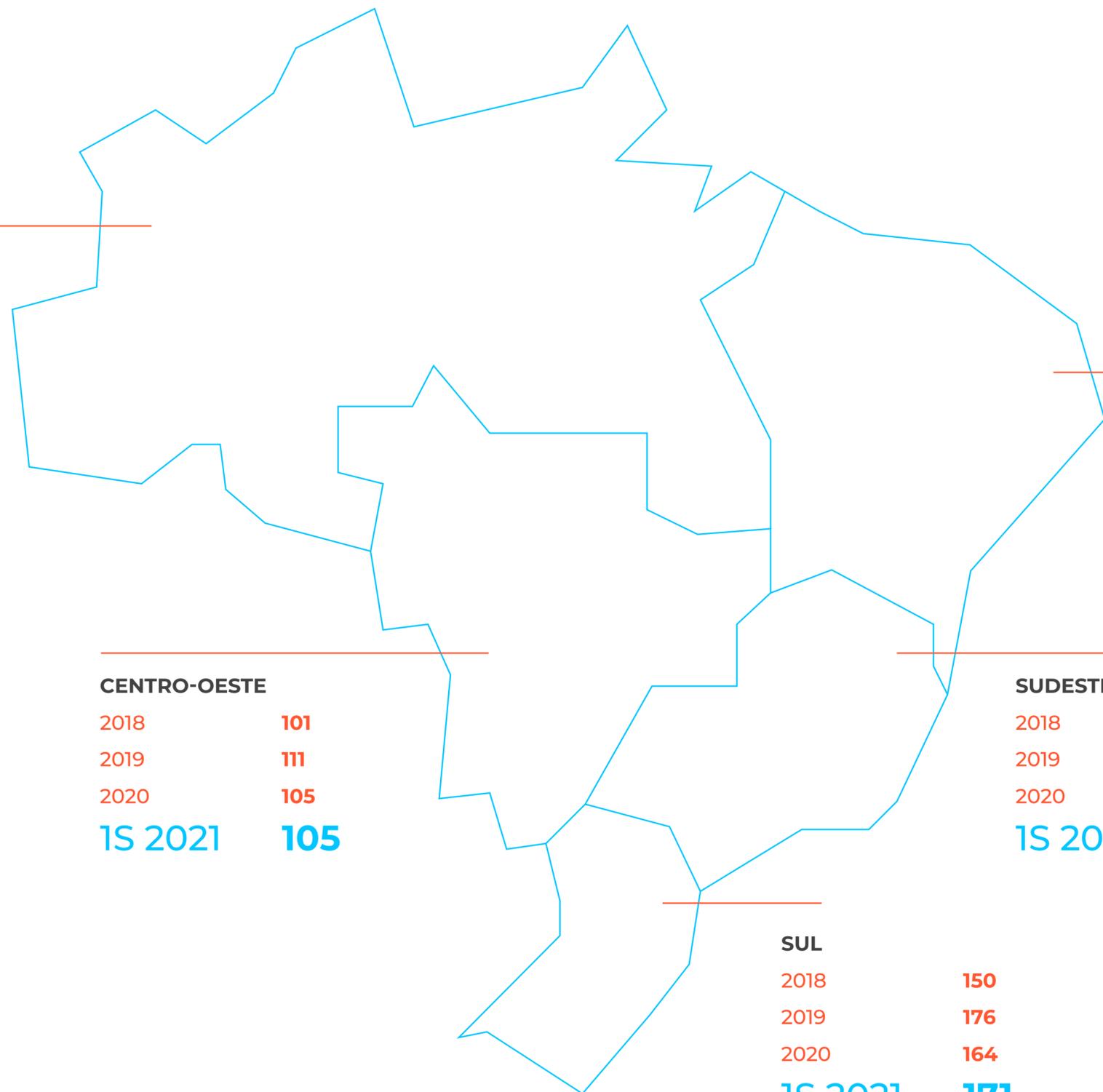
2018 **101**  
 2019 **111**  
 2020 **105**  
 1S 2021 **105**

### SUDESTE

2018 **1.735**  
 2019 **1.951**  
 2020 **2.011**  
 1S 2021 **2.379**

### SUL

2018 **150**  
 2019 **176**  
 2020 **164**  
 1S 2021 **171**



## 2.

# POR UM MUNDO MELHOR NA PRÁTICA

“Tamo junto” dos nossos clientes, parceiros e fornecedores. Sabemos que relações de confiança são vias de mão dupla, por isso ouvimos e evoluímos em busca das melhores práticas. Não só para aprimorar nossa entrega em qualidade e clareza, mas para garantir um uso mais consciente de recursos pela saúde do planeta que compartilhamos.



## ODS PRIORITÁRIOS

## 2. POR UM MUNDO MELHOR NA PRÁTICA

| GRI 102-44 | 102-46 | 102-47 |

## TEMA MATERIAL

### Satisfação do cliente

Diz sobre a mensuração do atendimento às expectativas dos clientes, não apenas quanto à oferta de produtos e serviços, mas também quanto à solução dada às reclamações e solicitações no momento de pós-venda. Como reporte, visando a sustentabilidade, é importante que as empresas expliquem como se dá o processo de retroalimentar a captura de percepção do cliente para melhoria dos processos internos.

### Mudanças Climáticas e Ecoeficiência

Este conceito sugere uma significativa ligação entre eficiência dos recursos (que leva à produtividade e lucratividade) e responsabilidade ambiental. Portanto, ecoeficiência é o uso mais eficiente de materiais e energia, a fim de reduzir os custos econômicos e os impactos ambientais. Também se pode dizer que ecoeficiência é saber combinar desempenho econômico e ambiental, reduzindo impactos ambientais; usando mais racionalmente matérias-primas e energia; reduzindo os riscos de acidentes e melhorando a relação da organização com as partes interessadas (CEBDS). Mais especificamente sobre Mudanças Climáticas, trata das iniciativas de mitigação e adaptação em relação a emissões de gases de efeito estufa, neste caso com especial atenção ao portfólio de produtos e concentração da carteira de crédito, com foco na destinação dos recursos financiados.

### Cultura e Pessoas

É sobre a jornada do colaborador, desde o processo de atração e seleção. Engloba boas práticas de RH, incluindo iniciativas de desenvolvimento e treinamento, saúde e bem-estar. Considera a gestão de remuneração e indicadores, bem como o monitoramento contínuo do desempenho dos colaboradores e dos índices de satisfação com o ambiente de trabalho.

## NOSSAS ODS



## FOCO NO CLIENTE

| GRI 102-16 | 102-43 |

Um dos nossos pilares estratégicos é a inclusão financeira de brasileiros das classes C, D e E. Para isso, buscamos oferecer produtos financeiros alinhados ao perfil de nossa base de clientes.

Acreditamos no potencial que a inclusão financeira pode ter na vida de nossos clientes e de todos os brasileiros. Por isso, garantimos acesso a contas bancárias, cartões de débito e produtos transacionais para todos. Também expandimos cada dia mais nossa carteira de crédito, com um portfólio de produtos crescente e focado em fazer a diferença na vida do nosso público-alvo.



Com o propósito de lançar um novo olhar para os desafios enfrentados por nossos clientes, investimos em tecnologia para trazer produtos e serviços que os auxiliem a vencer os obstáculos da vida, transformando desafios em conquistas com segurança, rapidez e praticidade.

Temos como meta estabelecer uma comunicação bilateral, eficiente e assertiva com nossos clientes, de modo a melhorar continuamente os serviços e produtos que oferecemos.



# CULTURA DE CENTRALIDADE NO CLIENTE

| GRI 102-16 | 102-43 |

No fim do ano de 2020 e no decorrer de 2021, implementamos e expandimos nossa campanha de transformação cultural para centralidade no cliente chamada “Cliente em Foco”.

Por meio da elaboração e divulgação de diversas palestras, *lives* e materiais de comunicação corporativa, iniciamos nossa jornada para enraizar a centralidade no cliente em todos os colaboradores e parceiros do PAN.

Vale destacar também a definição das metas de qualidade de serviços e satisfação de clientes para todo o banco em 2021, algo que reforça nosso desafio e o compromisso com este tema. As metas representam 25% do peso total sobre todas as metas corporativas e estão relacionadas a reclamações nos canais BACEN, Consumidor.gov e Indicador de NPS Relacional.

Acreditamos que o alinhamento da centralidade no cliente às metas institucionais reforça nosso objetivo final de “Transformar o que se entende por atendimento bancário no Brasil”.

E para chegar lá, seguimos uma estratégia baseada na construção e aplicação de 10 ações de sustentação a todos os colaboradores do PAN. Assim como na divulgação recorrente dos resultados obtidos pelo programa e da evolução da meta de qualidade no banco.

## Nossas ações:

1. Governança centralizada nos clientes;
2. Engajamento da alta administração;
3. Decisões estratégicas centradas no relacionamento;
4. Criação de normas e procedimentos relacionados aos clientes;
5. KPIs assertivos para monitoramento da relação e satisfação dos clientes;
6. Controle de Qualidade eficiente para Correspondentes, considerando incentivos para boas práticas e punições severas para atitudes indesejadas;
7. Intolerância para práticas de fraude;
8. Produtos e ofertas adequados ao público vulnerável;
9. Aumento de produtos B2C no portfólio do banco;
10. Produção 100% digital.

## Satisfação de clientes

Para entender de forma mais abrangente, acompanhar e melhorar a experiência dos nossos clientes, uma das métricas utilizadas é a nota de avaliação e reputação do ReclameAQUI, um canal independente de comunicação entre consumidores e empresas.

Trabalhamos continuamente para analisar e tratar de forma estratégica os principais ofensores do indicador junto às lideranças de produtos e processos e buscamos responder aos nossos clientes de maneira rápida e assertiva.

Com um aumento na avaliação da nota do ReclameAQUI de 37% entre janeiro e dezembro de 2020, já é possível notar resultados da estratégia implementada. Buscamos ativamente entender as expectativas de nossos clientes, treinar nossos colaboradores e parceiros e melhorar os serviços de atendimento em todos os canais disponíveis. Sabemos que ainda há muito mais por vir!

## Nota do ReclameAQUI do PAN

JANEIRO 2020 **5,7**

JUNHO 2021 **7,8**

## Relacionamentos duradouros

Com a expansão da estratégia do relacionamento B2C (banco digital e demais produtos oferecidos diretamente aos clientes), percebemos a necessidade de olhar com maior profundidade a jornada do cliente na instituição, tanto na originação quanto nas ações de pós-venda.

Para isso, fizemos investimentos relevantes no decorrer de 2020, como: criação da área de clientes, reforço das estruturas de atendimento, contratação de consultoria externa voltada para diagnóstico e melhoria da experiência dos clientes.

Além disso, aumentamos em 40% nosso time de ouvidoria, criamos uma área de MIS dedicada a canais e fizemos um grande investimento para aumentar o quadro do nosso time de tecnologia.

## Ouvidoria

Nossa Ouvidoria é um canal importante de relacionamento com nossos clientes e tem como principal objetivo ser um agente facilitador e transformador de produtos e processos pela melhoria contínua do relacionamento do cliente com o banco. Em cada atendimento, buscamos exprimir excelência a partir de capacidades advindas da experiência, de forma ágil e assertiva, garantindo aos clientes respostas diligentes, eficientes e eficazes.

Queremos surpreender pelo serviço prestado, atuando na abordagem das demandas não solucionadas pelos outros canais de atendimento disponíveis e propondo ações de melhoria para as áreas parceiras, com foco na melhoria contínua.

Nossa Ouvidoria segue na busca contínua pelo atendimento de excelência, satisfação dos clientes e perpetuidade dos negócios. E para isso, baseamos nossa estratégia em 4 pilares:

- 1. Melhorar** a cada oferta de produtos e serviços, oferecendo atendimento de qualidade, de forma ágil, transparente, eficiente e eficaz a todos os nossos públicos de interesse.
- 2. Debater**, em periódicas reuniões com os canais de atendimento, as demandas da clientela e suas correlatas e urgentes soluções, de forma a encontrar meios práticos para agilizá-las e diminuir a demanda desses pleitos.
- 3. Buscar** e manter colaboradores com perfis adequados à função de Ouvidoria, devido à exigência demandada pela natureza peculiar da atividade.
- 4. Atuar** ativamente no processo de aprimoramento e adequação à Política de Relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços financeiros.

No fim de 2020, a área de Ouvidoria era formada por 36 profissionais, com estrutura compatível à natureza e complexidade dos produtos, serviços, atividades e processos de todo o PAN. Uma equipe que se reúne periodicamente com áreas comerciais de produtos e suporte e equipes responsáveis pelos canais de atendimento para discutir oportunidades de melhorias operacionais, sistemas, processos e treinamentos.

Nossa Ouvidoria conta ainda com uma plataforma de sistemas e telecomunicações integrados com os demais canais de atendimento (SAC, CAC, etc.) e de tratamento das solicitações e reclamações, que permite extrair informações completas sobre a jornada do cliente via banco de dados para gerenciar a qualidade de atendimento e tratamento de demandas, fluxos de trabalho e prazos para solução.

**Em 2020, somando-se as entradas pelos diversos canais, a Ouvidoria PAN recebeu um volume total de 80.363 demandas. Dessas, 70.647 foram encaminhadas para tratamento interno pelas áreas de suporte.**

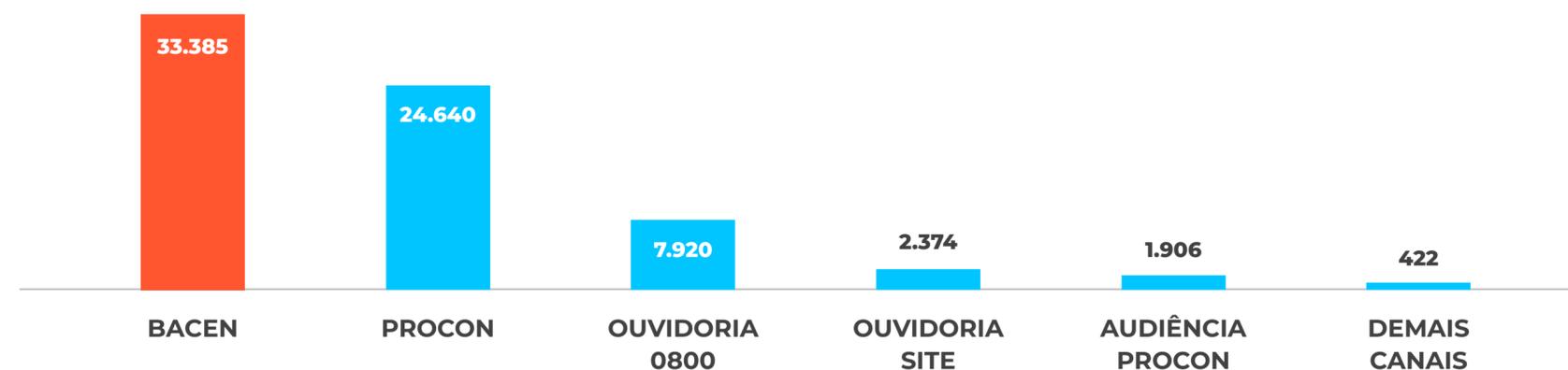
### Comitê de Clientes e Ouvidoria

Nosso Comitê de Clientes e Ouvidoria tem como objetivo não só garantir a efetividade das ações corretivas ou preventivas de satisfação do cliente, mas também avaliar as causas das demandas registradas nos canais primários de atendimento e nos canais da Ouvidoria, incluindo demandas do Banco Central do Brasil e PROCON (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor).

Indicadores (em 2020)

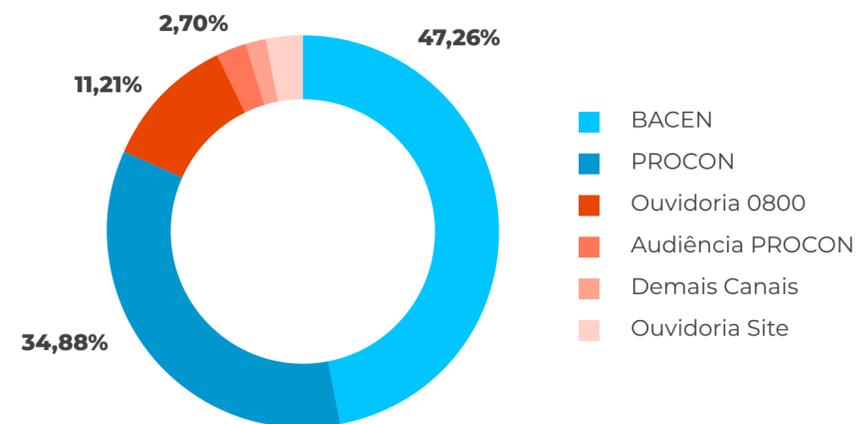
Célula de atendimento	Canais de Ouvidoria	Total de interações registradas	Total de demandas com tratamento interno
Ouvidoria	Ouvidoria 0800 - Atendimento aos clientes Resolução CMN nº 4.433/2015	17.233	7.920
	Ouvidoria Site	2.379	2.374
BACEN	BACEN	33.502	33.385
PROCON	PROCON	24.785	24.640
	Audiência PROCON	1.920	1.906
Demais canais		544	422
<b>Total</b>		<b>80.363</b>	<b>70.647</b>

Total de demandas tratadas por canal (em 2020)

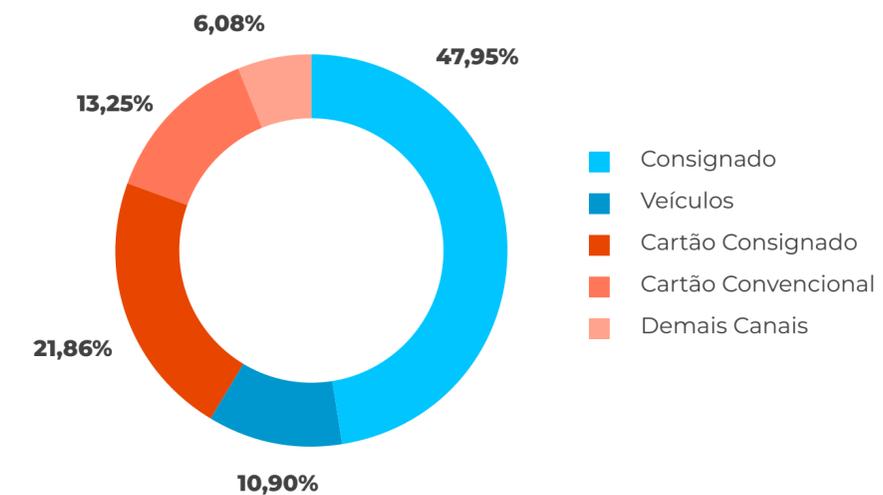


% por canal e produto

% de demandas encaminhadas para tratamento segmentadas por canal



% por produto





## INVENTÁRIO DE EMISSÕES

Entendemos que parte das atividades que realizamos pode impactar negativamente o ambiente no qual estamos inseridos, entretanto queremos promover negócios sustentáveis e mitigar esses impactos. Por esse motivo, definimos como um de nossos temas materiais a Mudança Climática e a Gestão de Recursos Naturais, para iniciarmos essa jornada perseguindo objetivos claros e efetivos.

Queremos desenvolver produtos e serviços que facilitem o uso consciente de recursos naturais e respeitem o meio ambiente. Além disso, entendemos a necessidade do controle sobre as emissões de gases de efeito estufa que causamos, direta ou indiretamente.

Nosso papel como instituição financeira é promover o desenvolvimento econômico de nossa sociedade de maneira responsável, influenciando positivamente nossos clientes, colaboradores, fornecedores e parceiros. O mapeamento e tratamento das emissões de gases de efeito estufa (GEE) é parte importante desse processo. Por isso, iniciamos essa jornada mapeando as emissões pelas quais somos responsáveis de maneira direta.

Entender o impacto que nossos negócios têm nas emissões de GEE foi nosso primeiro passo para o desenvolvimento de uma estratégia eficaz na prevenção da mudança climática no longo prazo. Após um mapeamento intensivo de todas as atividades, produtos e filiais, mapeamos os gases de efeito estufa de Escopos 1 e 2. Vamos continuar trabalhando em mapear também os gases pelos quais somos indiretamente responsáveis e em buscar soluções para diminuir e compensar nossas emissões. Estamos certos de que apenas iniciamos uma jornada contínua em busca de um mundo melhor na prática!

### O que são emissões de GEE?

Gases de efeito estufa são substâncias naturalmente presentes na atmosfera e que absorvem parte dos raios solares, evitando que parte dessa radiação escape para o espaço e redistribuindo essa energia na atmosfera em forma de calor, aquecendo o planeta.

Esse fenômeno natural é conhecido como efeito estufa e permite até que a vida na Terra se desenvolva. Entretanto, uma concentração acima do natural desses gases pode levar a uma mudança na temperatura média do planeta, causando impactos naturais e econômicos incalculáveis.

O Protocolo de Kyoto regula seis gases de efeito estufa. São eles: CO<sub>2</sub> (Dióxido de Carbono), CH<sub>4</sub> (Metano), N<sub>2</sub>O (Óxido Nitroso), SF<sub>6</sub> (Hexafluoreto de Enxofre) e dois grupos de gases de efeito estufa denominados HFC (Hidrofluorcarbonos) e os PFC (Perfluorcarbonos).



## Metodologia

### Limites Operacionais

Para o melhor desempenho da gestão de emissão de gases de efeito estufa, são estabelecidos escopos que delimitam e direcionam responsabilidades e formas de monitoramento dos gases e suas fontes.

### Escopo 1

As emissões de Escopo 1 são as emissões de GEE pelas quais temos responsabilidade direta, e em nossas operações elas se referem a características estruturais de nossos prédios, que no caso contemplam três fontes de emissão:

- Ar-Condicionado (R-22 e R-410A) – Sistema de Refrigeração;
- Extintores (CO2) – Sistema Anti-Incêndio;
- Gases Refrigerantes (R407c) – Sistema de Refrigeração.

### Escopo 2

As emissões de Escopo 2 são as emissões de GEE pelas quais temos responsabilidade indireta, e em nossas operações elas são referentes à Energia Elétrica adquirida em nossos prédios.

### Abrangência das Emissões



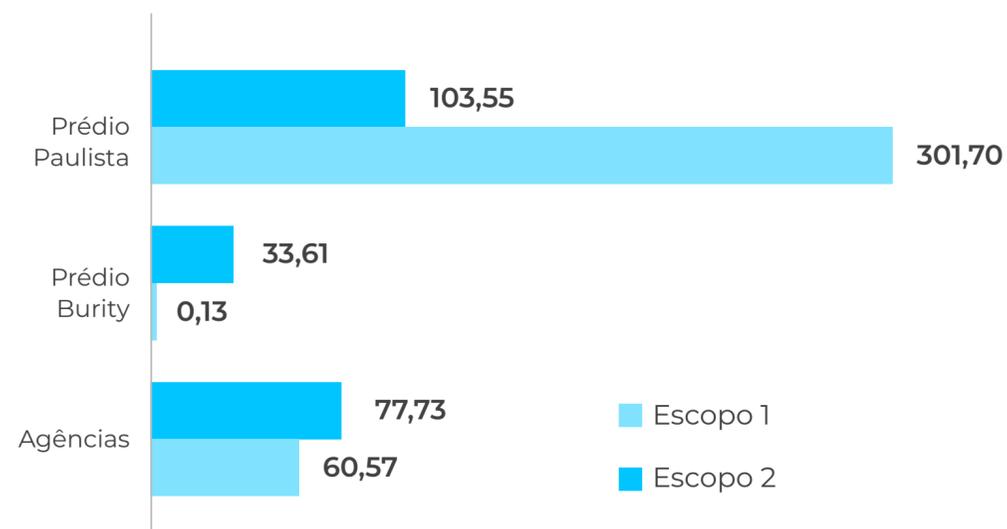
**Escritório Paulista:** Localizado na Avenida Paulista, em São Paulo, SP, é o principal prédio do grupo, atendendo a 830 colaboradores, entre eles a diretoria e a maior parte dos times de produtos, finanças, *marketing* jurídico e pessoas.

**Escritório Burity:** Localizado na Av. Indianópolis, em São Paulo, SP, o prédio atende a 700 colaboradores, sendo eles em sua maioria parte dos times de operações, auditoria, crédito, contabilidade e ouvidoria.

**Agências:** No fim de 2020 contávamos com 67 filiais (agências) distribuídas por todas as regiões do Brasil. As agências contavam com 967 colaboradores de nosso time da rede comercial, responsável pelo atendimento geral ao público.

## Nossas emissões

### Emissões por unidade operacional e escopo (tCO2e)



### Emissões de GEE – Escopo 1 | GRI 305-1 |

Família de gás	Gás	GWP	Escopo 1
CO2	CO2	1	0,32
	HFC-32	675	36,18
HFC	HFC-125	3.500	199,50
	HFC-134a	1.430	126,41
<b>Total</b>			<b>362,42</b>

### Emissões de GEE – Escopo 2 | GRI 305-2 |

Família de gás	Gás	GWP	Escopo 2
CO2	CO2	1	214,90
<b>Total</b>			<b>214,90</b>

**Escopo 1** – Emissões diretas.

**Escopo 2** – Emissões indiretas por consumo de energia.

**GWP** = *Global Warming Potential* (Potencial de Aquecimento Global). Valores em tCO2e.

# COMUNIDADE

| GRI 413-1 |

## Nosso posicionamento reflete a cultura do brasileiro.

O Banco PAN acredita na construção de uma sociedade mais justa e igualitária, por isso apoia projetos e instituições que têm como propósito levar o conhecimento e inclusão para transformar os desafios em conquistas. Seguimos confiantes de que juntos seremos protagonistas dessa transformação.

### Território de Marca

O território de marca é a capacidade que determinada marca tem de ser instantaneamente associada a um tema ou conjunto de significados alinhados com o seu propósito. Ou seja, os territórios fortalecem os valores da marca e direcionam as ações por meio de patrocínios, doações, eventos, iniciativas, etc.

Os territórios do PAN foram criados a partir da nossa essência (missão e pilares de cultura), levando em consideração o nosso público.

### Território 1 – Inclusão (Bota água no feijão)

Na vida do brasileiro, sempre dá para incluir mais um. Acolher faz parte da nossa cultura. Por isso, este é o território que coloca os brasileiros na atualidade. Inclusão digital, geracional, no sistema financeiro, no mercado de trabalho. O que for pauta fundamental para que todos façam parte da sociedade.

**Foco:** diversidade e inclusão geracional, empoderamento feminino, equidade racial, acessibilidade e inclusão digital, empreendedorismo, acesso à educação.

**Público-alvo:** não bancarizados, idosos, não digitais, pessoas com deficiência, pessoas de baixa renda e microempreendedores.

**Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU relacionados:**



### Território 2. Cultura (Recompensa Raiz)

O brasileiro é guerreiro, se supera e faz acontecer. Os momentos de diversão são o jeito de se recompensar pelo esforço e de não perder o sorriso nem o rebolado. Recompensa raiz é o território que aproxima o brasileiro da sua recompensa preferida: lazer com a família.

**Foco:** cultural de maneira abrangente, trazendo à tona aspectos culturais brasileiros, suas origens e DNA.

**Público-alvo:** clientes, não clientes e colaboradores.

**Objetivo de Desenvolvimento Sustentável da ONU relacionado:**



## Nossa contribuição social

| GRI 203-1 |

NOSSAS FRENTES						
	APOIO SOCIAL	CULTURA	EDUCAÇÃO	ESPORTE	SAÚDE	SUSTENTABILIDADE
Investimento social privado em 2020	R\$ 735.000,00	R\$ 871.422,00	R\$ 1.655.000,00	R\$ 953.855,00	R\$ 1.003.855,00	R\$ 1.000.000,00
Investimento não incentivado	R\$ 250.000,00	—	R\$ 146.000,00	—	R\$ 250.000,00	—
Número de projetos não incentivados	2	—	2	—	1	—
Investimento incentivado	R\$ 485.000,00	R\$ 871.422,00	R\$ 1.509.000,00	R\$ 953.855,00	R\$ 753.855,00	R\$ 1.000.000,00
Número de projetos incentivados	3	3	4	4	3	1
Investimento social privado em 2019	R\$ 193.000,00	R\$ 1.468.000,00	R\$ 170.000,00	R\$ 637.000,00	R\$ 1.072.000,00	—



## PRINCIPAIS PROJETOS E CAMPANHAS APOIADAS

### Doação direta + Voluntariado:



O Instituto Plano de Menina é um projeto social que tem como objetivo levar empoderamento a meninas moradoras de periferias em todo o Brasil, tornando-as protagonistas de suas histórias e contribuindo com seu desenvolvimento a partir de capacitações e da conexão com mulheres de diversas áreas.

Em 2020, realizamos diversas ações de voluntariado envolvendo colaboradoras do PAN, como mentorias para as meninas atendidas pelo instituto e *lives* informativas e inspiradoras com algumas das nossas executivas.

Em 2021, além do apoio financeiro, também realizaremos ações de capacitação para as meninas do Instituto, com *workshops* sobre Educação Financeira, Carreira e Desenvolvimento e Introdução à Tecnologia com colaboradoras voluntárias do PAN. Marcamos presença em publicações nas redes sociais do Instituto sobre Educação Financeira, participaremos do evento anual e incluiremos as meninas capacitadas em nosso banco de talentos.



A nossa parceria com o PROA começou em 2020, envolvendo o patrocínio da formação de 15 jovens no projeto PROProfissão e ações de voluntariado em que os colaboradores participaram, como mentorias, simulações de entrevistas e *hackatons*. Também promovemos a "Semana de Tecnologia PAN + PROA", com 5 aulas ministradas por alguns dos nossos colaboradores de TI para os alunos interessados na área – [acesse aqui](#).

Em 2021, ampliamos o apoio para o patrocínio de 25 jovens em um curso focado na área de Tecnologia e Programação e seguiremos com o voluntariado para ajudar no desenvolvimento dos jovens, que depois participam dos processos seletivos do PAN.

**Em 2020 e 2021, em função da pandemia, doamos R\$ 1 milhão em cestas básicas, itens de higiene, máscaras e verba para os hospitais que mais precisavam no Brasil, em parceria com as instituições CUFA, G10 Favelas, Grupo Mulheres do Brasil e Fundo Emergencial da Saúde.**

### Incentivo à Doação

Sabemos que o PAN é focado em transformar os desafios de milhões de brasileiros em conquistas, mas queremos ir além e criar uma rede de solidariedade juntos.

Por isso, em 2020 criamos uma campanha de doação, que conta com 7 instituições sociais comprometidas com diferentes causas, mas com o mesmo objetivo: promover o impacto social para alcançar cada vez mais a mudança que o nosso banco apoia e acredita. Afinal, mudança é #PraQuemFaz.

[Confira a nossa página de doações #GenteQueFaz: Banco PAN | Programa #GenteQueFaz](#)

Também realizamos doações diante de situações de crise. Em 2019, por exemplo, doamos 100 kits de proteção aos voluntários que atuaram na limpeza das praias do Nordeste após o derramamento de óleo.

## Educação

### LS Nogueira - Voz Amiga

O Voz Amiga é um projeto que, com uma tecnologia assistiva, irá permitir a comunicação básica de crianças e jovens com deficiências múltiplas e transtornos de aprendizagem, gerando qualidade de vida e inclusão social.

### Projeto Brincando e Incluindo - FUNDAÇÃO DORINA NOWILL PARA CEGOS

O projeto “Brincando e Incluindo – Recursos Acessíveis para o Ensino Fundamental” visa contribuir para o desenvolvimento da autonomia e protagonismo entre crianças com e sem deficiência visual, matriculadas no Ensino Fundamental de escolas municipais de São Paulo, por meio de interações lúdicas e recursos acessíveis.

#### Em números:

- Cerca de 3.600 kits lúdicos, educativos e inclusivos serão distribuídos;
- 429.465 crianças e adolescentes matriculados em escolas públicas municipais de São Paulo serão beneficiados;
- 560 escolas da rede pública serão contempladas com 2 kits por escola;
- 260 professores serão beneficiados com capacitações sobre o uso dos kits de jogos inclusivos;
- 10 vídeos irão compor a série de videoaulas com conteúdos relacionados ao projeto.

### Ler para Ser – Fundação Dorina Nowill para Cegos

O projeto tem como objetivo ampliar o acesso à informação e repertório cultural de pessoas com deficiência visual em todo o Brasil, por meio da distribuição gratuita de livros acessíveis, atividades de fomento à leitura inclusiva e realização de Pesquisa Nacional de Leitura Inclusiva.

#### As ações:

- Edição de 60 novos títulos reproduzidos em 90.000 exemplares em formatos acessíveis distribuídos gratuitamente a 3.200 organizações (bibliotecas e instituições de ensino) de todo o país;
- Realização de uma Pesquisa Nacional de Leitura Inclusiva com o objetivo principal de identificar o hábito de leitura de pessoas com deficiência visual no Brasil;
- Promoção do 3º encontro com editoras, para estimular a produção de livros acessíveis, para 150 representantes do mercado editorial.

### Aprendizes – Digital

O projeto, por meio de um calendário anual, promove oficinas de inserção digital, programação e robótica para crianças e adolescentes a serem realizadas no contraturno escolar, tendo como apoio o material da Lego Mindstorm.

## Saúde

### Projeto Novo Olhar

Criado pela Fundação Oftalmológica Dr. Rubem Cunha, o projeto Novo Olhar busca prevenir e tratar doenças oculares da população de baixa renda e com vulnerabilidade social. O projeto possibilita anualmente o tratamento e melhoria da visão de aproximadamente 3.456 crianças e adolescentes com deficiência intelectual para promover condições mais favoráveis ao seu desenvolvimento neuropsicomotor, cognitivo e para uma melhor qualidade de vida.

### Casa Ondina – Fundo Emergencial Covid-19 para Idosos

O projeto busca implantar medidas de prevenção e de enfrentamento à Covid-19 para cerca de 60 idosos com idade entre 60 e 104 anos inscritos no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal. Os recursos são destinados ao custeio das atividades da instituição no período pandêmico quanto às novas necessidades apresentadas em função da pandemia.

### Hospital do Amor - Amparo ao Idoso

O Banco PAN apoia o projeto Amparo ao Idoso, que tem por objetivo o custeio de despesas voltadas ao atendimento do público idoso. Atualmente, são mais de 35 unidades móveis de prevenção e 20 unidades fixas por todo o Brasil.

## Esporte

### Lar da Bênção - Projeto Corpo e Mente em movimento

Implementado em 2019, o projeto visa contribuir para a construção de valores morais de crianças, adolescentes e jovens, por meio de aprendizagens esportivas, educacionais e de convívio social, que estimulem o desenvolvimento físico e mental.

### Projeto Inclusão a Toda Prova

Fundado pelo Instituto Olga KOS, tem como missão atender crianças, jovens e adultos com deficiência intelectual, além de pessoas sem deficiência que se encontram em situação de vulnerabilidade social. O projeto promove a inclusão de jovens e adultos com ou sem deficiência intelectual por meio do esporte. O objetivo é reunir mais de 18 mil pessoas em São Paulo.

### Projeto Eu Vivo Esporte

O projeto Eu Vivo Esporte é uma iniciativa do Instituto Jovem Promessa, que trabalha a inclusão social, o desenvolvimento físico, social, intelectual e emocional de cerca de 160 crianças e jovens com idade entre 7 e 17 anos. O Instituto Jovem Promessa, instituição governamental sem fins lucrativos, tem como objetivo criar oportunidades alternativas, que visam diminuir a desigualdade social.

### Projeto ASSAMA

A Associação dos Deficientes por Amputação de Maringá (ASSAMA), associação sem fins lucrativos de defesa de direitos sociais, foi fundada em Maringá, estado do Paraná. A principal finalidade de seu trabalho é promover a inclusão social e a reabilitação de pessoas que possuem qualquer tipo de deficiência, como também a assistência àqueles considerados carentes, além de divulgar os esportes paralímpicos, visando incentivar e proporcionar a participação dos atletas em competições regionais, nacionais e internacionais.

## Cultura

### Arts SP

O projeto Arts SP une jovens com dinamismo e conectividade para democratizar o acesso à cultura; valorizar o grafite como forma de expressão da juventude urbana; criar interação entre a cidade e as artes visuais, entre o desenho e o suporte digital; estimular a formação do público em artes visuais e ocupar a cidade com uma intervenção urbana artística.

### Lar da Bênção Divina - Projeto Regendo Sonhos

O LAR é uma instituição filantrópica que, desde 1956, atua nas comunidades em situação de vulnerabilidade no entorno do Aeroporto de Congonhas, na cidade de São Paulo. A instituição, focada nas crianças, acredita que somente com educação, cultura e esporte é que se pode transformar o Brasil num país melhor.

O LAR iniciou o Projeto Musical em 2007 por meio da Lei Rouanet e hoje, dentro do universo musical, são contempladas aulas de Musicalização, Coral, Violino, Viola, Violoncelo, Flauta Doce, Flauta Transversal, Clarinete e Xilofone. É trabalhado também o conceito de Artes Integradas, incluindo as oficinas culturais de Criatividade, Dança e Expressão Corporal e Teatro.

### Projeto Vivências Culturais

Projeto que oferece para crianças das periferias aulas de contação de histórias, teatro de bonecos Clown, artes visuais e música.

A iniciativa busca oferecer a crianças e jovens moradores das periferias, que possuem pouco ou nenhum acesso à linguagem cultural, referências importantes para a formação cultural e humana e uma conexão com a experiência teatral, por meio de um ciclo de oficinas de “vivências culturais”.

### Casa Ondina - Arte Não tem Idade

O projeto realiza oficinas de artes plásticas voltadas para idosos para fortalecer a sua participação na sociedade, valorizando a transmissão e a aprendizagem de conhecimentos, habilidades e informações fomentando e materializando a tradição oral em pinturas e obras.

A exposição das artes é aberta ao público e atinge cerca de 500 pessoas da comunidade, gerando um grande encontro intergeracional.

## Apoio Social

### **Casa Ondina – Projeto Espaço Intergeracional Gastronômico**

Apoiamos este projeto, que promove autonomia, integração e participação efetiva de idosos na sociedade, por meio da gastronomia.

### **Lar Francisco Cândido Xavier - Projeto Vivendo a Terceira Idade**

Fundado em 1983 no município de Cotia, o Lar Francisco Cândido Xavier é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, que tem como objetivo desenvolver projetos na área de resgate da dignidade do cidadão idoso.

### **Associação dos Protetores das Pessoas Carentes – Lar dos Idosos São Geraldo – Projeto Saber Viver**

A instituição recebe os idosos encaminhados pelo Ministério Público e Defensoria Pública de MG, por meio de seus serviços de Assistência Social – CRAS ou do CREA do município de origem, pela comunidade e Secretaria de Saúde ou por busca espontânea de familiares, desde 1996.

O projeto tem como objetivo proporcionar aos idosos acolhidos pelo Lar São Geraldo uma assistência integral e de qualidade.

## Sustentabilidade

### **Projeto Green Nation**

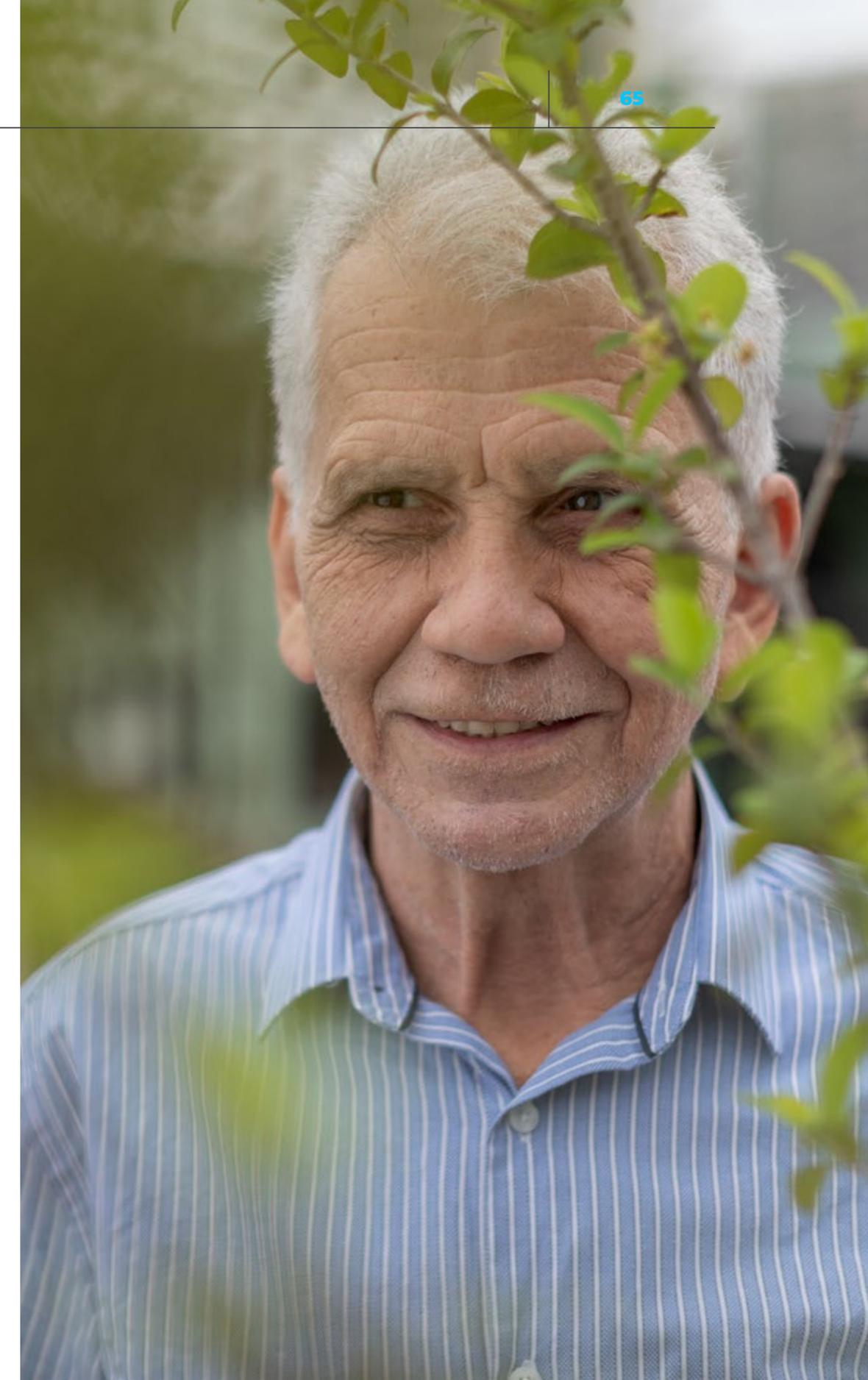
O projeto busca engajar as pessoas de forma divertida e emocionante a agirem de forma sustentável. O Green Nation é um movimento interativo e sensorial engajado na geração de impactos positivos que contribuem para o desenvolvimento sustentável do planeta. Por isso, busca criar situações na prática de forma interativa e sensorial para que as pessoas se sensibilizem e se tornem mais interessadas a agir local e globalmente. No evento, com ajuda de óculos de realidade virtual, as pessoas podem conferir os impactos da humanidade nos oceanos, rios e até no espaço.

Em paralelo a isso, há uma plataforma com informações, entrevistas, vídeos, e cursos *on-line* que consolida a teoria, a prática e o conhecimento.

#### **Confira o legado do projeto:**

- Mais de 25.000 mudas plantadas nos últimos 2 anos;
- Mais de 45.000 estudantes impactados diretamente pelo projeto.

O festival, que já passou pelo Rio de Janeiro, Brasília e São Paulo, é considerado o maior evento do Brasil que aborda tecnologia, educação e sustentabilidade.



### 3.

## FAZENDO DO JEITO CERTO

Diante das tensões sociais e crises de confiança no país, não abrimos mão de ética. Além de uma estrutura robusta e altos padrões de governança, fazemos tudo com transparência. Queremos fazer sempre do jeito certo, e isso é muito claro para nós. Mais do que crédito para nossos clientes, vamos além para incluir critérios socioambientais na análise de risco, sem nunca descuidar da segurança e privacidade dos seus dados.



## ODS PRIORITÁRIOS

## 3. FAZENDO DO JEITO CERTO

| GRI 102-44 | 102-46 | 102-47 |

## TEMA MATERIAL

### Gestão Integrada de Riscos

Nosso gerenciamento integrado de riscos e de capital é parte integrante do processo de gestão dos negócios. Compreende a identificação, avaliação, mensuração, monitoramento, reporte, controle e mitigação das exposições aos riscos e necessidade e utilização de capital. Deve ser realizado continuamente por todos os gestores do PAN, de forma a buscar a otimização da relação risco/retorno e sua respectiva utilização de capital, buscando, assim, um retorno sustentável para nossos acionistas e respeitando as alçadas e os limites e critérios definidos no apetite por risco aprovado pelo Conselho de Administração.

### Ética, Transparência e Compliance

Esse tema material, além de reforçar os conceitos já difundidos de ética e compliance, trata da valorização da transparência, que contempla não apenas a divulgação das informações corporativas ao mercado, mas também práticas relacionadas à clareza de produtos e serviços, termos e condições de maneira clara e ética para com os clientes. Compliance transcende a ideia de “estar em conformidade” às leis, regulamentações e autorregulamentações, abrangendo aspectos de governança, conduta, transparência e temas como ética e integridade. Além da atuação preventiva e detectiva, o Compliance cada vez mais tem se tornado uma atividade também consultiva, dando suporte aos objetivos estratégicos e fazendo parte da missão, visão, valores, cultura e gerenciamento de riscos das instituições (IBGC).

### Privacidade e Segurança de Dados

A segurança de dados orienta sobre proteger as informações de ataques cibernéticos e violações digitais, no paralelo, a privacidade prevê processos responsáveis de como essa informação é coletada, compartilhada e utilizada.

### Gestão de Parceiros e Fornecedores

A análise de risco socioambiental e práticas de relacionamento de fornecedores e parceiros de negócios são fundamentais para entendimento da cadeia das instituições e riscos corporativos relacionados. No caso do PAN, em especial, a figura dos correspondentes bancários é sensivelmente relevante. Denota-se aqui os princípios de *suitability* esperados pelo parceiro, além das práticas relacionadas à ética e integridade, já mencionadas, e prevenção à fraude.

## NOSSAS ODS



## NOSSA CADEIA DE VALOR

| GRI 102-9 |

No PAN, sabemos que cada sucesso é compartilhado e que nossas atividades dependem de toda a cadeia de valor, por isso buscamos entender as necessidades de nossos clientes, fornecedores, colaboradores, parceiros e toda a comunidade.

Acreditamos que nossas realizações refletem o foco orientado para a inovação, incutindo em nossos colaboradores, fornecedores e parceiros uma paixão por servir clientes, sempre com o objetivo de revolucionar o mercado financeiro brasileiro.

Buscamos continuamente selecionar e manter profissionais experientes, habilidosos e focados em resultados. Ainda com o objetivo de garantir a ética e integridade em toda sua cadeia de valor, o PAN possui o Código de Ética e Conduta, que deve ser aceito por todos os colaboradores e fornecedores de serviços e produtos do banco, pois oferece direcionamento em relação às diversas questões vividas no trabalho.



## FORNECEDORES E PARCEIROS

| GRI 102-9 | 203-2 | 204-1 | 408-1 | 409-1 |

Adotamos procedimentos estabelecidos em normas internas para a contratação de prestadores de serviços e fornecedores. Dessa forma, os colaboradores deverão observar os devidos normativos para realizar a contratação ou iniciar relacionamento com eles. Os colaboradores do PAN devem aplicar critérios objetivos, transparentes e justos de seleção e contratação, sem que exista qualquer tipo de favorecimento.

Devem, ainda, contratar prestadores de serviços e fornecedores, estabelecendo relações de negócios com padrões éticos compatíveis com os definidos pelo PAN, mediante processos de avaliação e diligência. Especial atenção deve ser dispensada aos prestadores de serviços que representem o PAN, direta ou indiretamente, de forma a assegurar que estes também atuem de acordo com os princípios de nosso Código de Conduta e Ética e das demais políticas internas aplicáveis.

Nossos colaboradores devem também zelar para que os nossos prestadores de serviços e fornecedores cumpram todas as exigências legais e contratuais a eles atribuídas, como, por exemplo, trabalhistas, tributárias, ambientais, sanitárias e de segurança, com especial atenção ao combate de atos ilícitos ou criminosos (corrupção, tráfico de influência, fraudes, lavagem de dinheiro e contrabando) nas diretrizes de seus negócios.

É inaceitável que os nossos prestadores de serviços e fornecedores utilizem qualquer forma de trabalho infantil ou forçado, entre outros, ou condições de trabalho perigosas, além de abusos físicos e psico-

lógicos de qualquer pessoa. Também não é permitida a manutenção de vínculos comerciais e pessoais com fornecedores ou prestadores de serviços que possam influenciar a tomada de decisão e comprometer a isenção do PAN.

### Nosso relacionamento com terceiros e parceiros é pautado pela ética e integridade profissional

O relacionamento dos colaboradores do PAN com terceiros deve ser pautado pela ética e integridade profissional, zelando sempre pela confidencialidade das informações envolvidas na relação. Não é permitido receber vantagens ou valores em retribuição por ter oferecido a alguém a oportunidade de negociar com o PAN. Não deverão ser aceitos presentes oferecidos por empresas, fornecedores, bem como por quaisquer dos seus empregados, que possam representar relacionamento impróprio ou que possam gerar qualquer prejuízo financeiro e/ou reputacional para o PAN.

### Os números dos fornecedores do PAN

GRI 102-9 | 204-1 |

FORNECEDORES

1.872

CONTRATADOS EM 2020

830

NACIONAIS

99,3%

INTERNACIONAIS

0,7%

## Governança de Fornecedores

GRI | 308-2 | 102-42

O procedimento interno de conformidade para aprovação de novos fornecedores inclui etapas que vão desde o processo de concorrência até a homologação e contratação.

No fluxo de gestão de fornecedores, apuramos o *score* reputacional e socioambiental, financeiro, trabalhista e de continuidade de negócios. As Mesas Avaliadoras podem ser acionadas para análise e emissão de pareceres sobre os riscos identificados para o fornecedor.

A área de Prevenção à Lavagem de Dinheiro pode ser acionada para emissão de parecer sobre os aspectos reputacionais do fornecedor, visando mitigar a exposição negativa da imagem do PAN em virtude de relacionamento com fornecedores que possam trazer riscos de imagem, assim como garantir as questões relacionadas à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

A área de Gestão de Continuidade do Negócio é acionada para análise dos aspectos críticos dos bens a serem adquiridos e serviços a serem contratados pelo PAN, visando mitigar riscos de descontinuidade dos negócios do PAN.

Demandas referentes à contratação de serviços de processamento e armazenamento de dados e de computação em nuvem, conforme previsto na Resolução CMN nº 4.658/2018, que se enquadrarem ou aderirem à Resolução 4.658 BACEN, serão analisadas por Segurança da Informação.

### Queremos conhecer a atuação socioambiental dos nossos fornecedores

Conhecer a atuação na esfera socioambiental de potenciais fornecedores e empresas com as quais mantemos relacionamento é parte integrante das diretrizes da Política de Responsabilidade Socioambiental do PAN.

Aplicamos o Questionário Socioambiental no processo de contratação de fornecedores para análise de questões que abrangem práticas de gestão de saúde e segurança do trabalho, riscos ambientais e mídia negativa.

No PAN, separamos os fornecedores em 3 níveis, A, B ou C, baseados em seus serviços, categoria e valor de custo. Periodicamente é realizada a renovação da análise cadastral e demais processos para garantir a conformidade dos nossos fornecedores.

## Comitê de Compras

O Comitê de Compras é o órgão de governança responsável por analisar, discutir e deliberar sobre os Pedidos de Aprovação do Grupo PAN, relativos a consumo e aquisição de bens ou serviços de sua competência, além de mensurar retorno e resultados de contratações-chave para o Grupo.

## NOSSA GOVERNANÇA

| GRI 102-18 | 102-19 | 102-20 |

Adotamos boas práticas de governança, gestão de riscos, ética e integridade para atingir nossos objetivos: evoluir com o nosso negócio e gerar impacto positivo na sociedade.

### Estrutura Acionária GRI 102-5

Até o fim do exercício social de 2020, o Banco PAN era controlado conjuntamente pelo Banco BTG Pactual S.A. ('BTG Pactual') e pela Caixa Participações S.A. ('CAIXAPAR'), subsidiária integral da Caixa Econômica Federal.

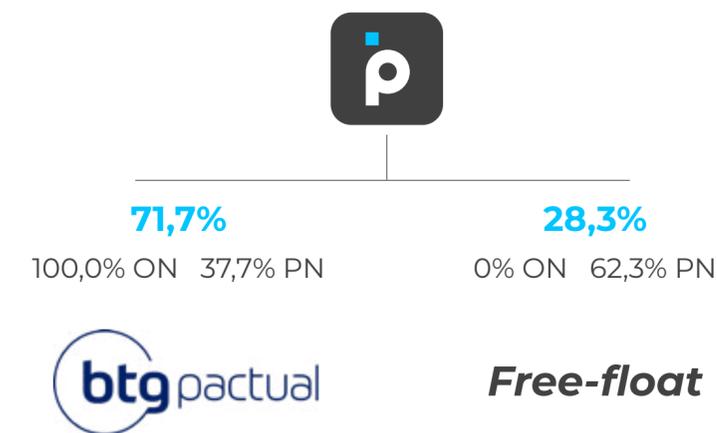
Em 31 de dezembro de 2020, nossa composição acionária era a seguinte:

Milhares de ações	ON	% ON	PN	%PN	Total	%
Banco BTG Pactual S.A.	334.131	50,80%	206.371	37,70%	540.502	44,90%
Caixa Participações S.A.	323.430	49,20%	–	–	323.430	26,80%
Free-Float	–	–	341.124	62,30%	341.124	28,30%
<b>Total</b>	<b>657.561</b>	<b>100,00%</b>	<b>547.495</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.205.056</b>	<b>100,00%</b>

Em março de 2021, a Caixa Participações S.A. - Caixapar iniciou o processo de desinvestimento das ações ordinárias que possuía. Este processo culminou com a assinatura, em 5 de abril, de um acordo que previa a compra da totalidade das ações pelo

Banco BTG Pactual S.A., após as aprovações regulatórias. No dia 19 de maio de 2021, foi concluída a alienação da totalidade das ações da Caixapar para o Banco Sistema S.A., subsidiária do Banco BTG Pactual S.A.

Atualmente, nossa estrutura societária é a seguinte:



A estrutura acionária com o BTG Pactual como único controlador não muda a essência da nossa estratégia, que continua centrada no desenvolvimento de uma plataforma completa de produtos e serviços financeiros para as classes C, D e E, indo além do crédito.

Nossas ações preferenciais estão listadas no Nível 1 de governança corporativa da B3 – Bolsa, Brasil Balcão – sob o ticker BPAN4.

## Estrutura de Governança

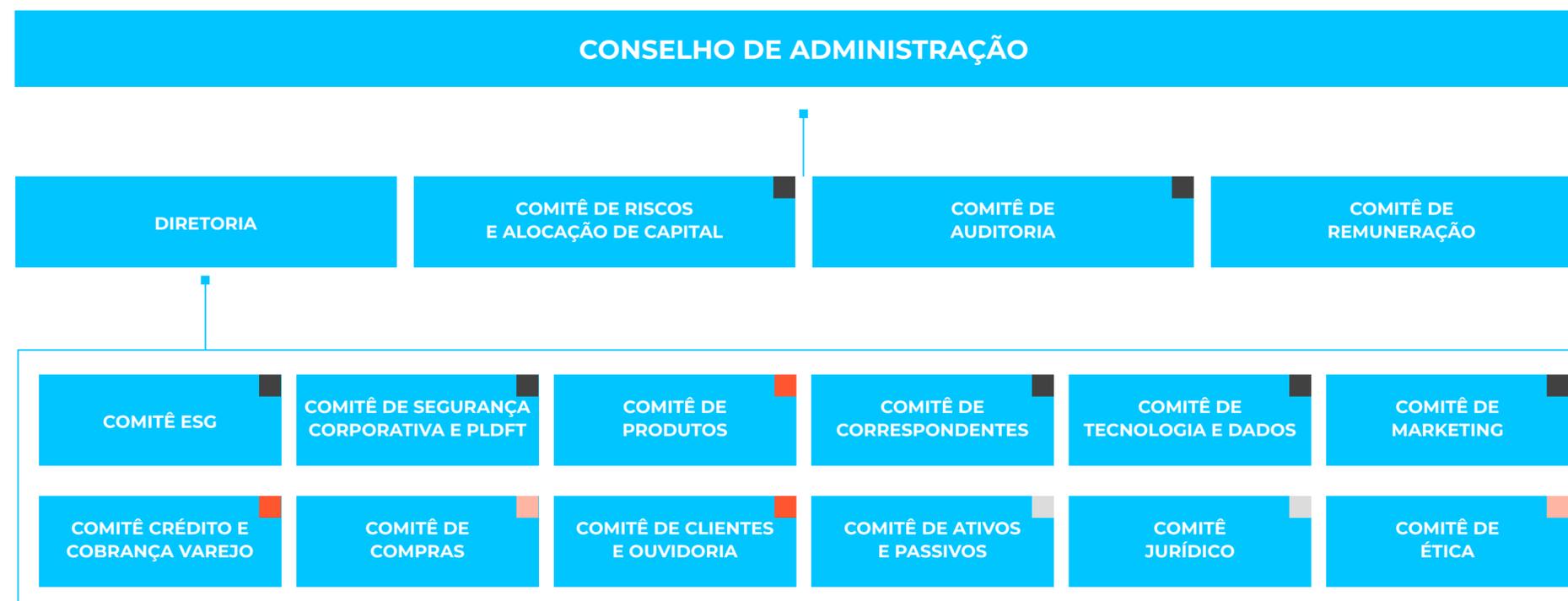
| GRI 102-20 | 102-22 | 102-25 | 102-26 |

### Para estruturar nossa governança corporativa, seguimos algumas premissas e diretrizes:

- I. Estruturação de comitês e sua relação de subordinação;
- II. Equilíbrio de poderes e independência entre os participantes dos comitês;
- III. Agilidade no processo decisório dos comitês;
- IV. Formalização de regimentos internos dos comitês;
- V. Alçadas com visão de risco e alocação de alçadas individuais, quando pertinentes;
- VI. Estrutura normativa mais intuitiva;
- VII. Políticas corporativas que devem ser submetidas à deliberação do Conselho de Administração do PAN.

É com base nisso que estruturamos nosso organograma de Governança:

GRI 102-18



Todos os órgãos observam as responsabilidades previstas na regulamentação vigente, Estatuto Social, Acordo de Acionistas e Regimentos Internos. Todos os comitês do PAN possuem atribuições específicas previstas em seus regimentos internos e são compostos por profissionais de áreas diversas, de forma a evitar tomadas de decisão que contenham conflito de interesses ou concentração em áreas específicas, escolhidos considerando-se a *expertise* nos assuntos da competência do comitê.

### Periodicidade

- Mensal
- Quinzenal
- Bimestral
- Sob demanda

# 15

COMITÊS ESTATUTÁRIOS

# 43%

DE MEMBROS INDEPENDENTES NO  
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

# 25%

DE MULHERES NA  
DIRETORIA EXECUTIVA



## Conselho de Administração

| GRI 102-23 |

O Conselho de Administração é o órgão de deliberação colegiada responsável pelo estabelecimento das políticas gerais de negócios, incluindo a estratégia de longo prazo, do PAN. É responsável também, entre outras atribuições, pela eleição e destituição dos membros da Diretoria, fixando-lhes as atribuições e supervisionando o exercício de suas funções. As decisões do Conselho de Administração são tomadas pelo voto da maioria dos membros presentes.

### Membros do Conselho de Administração:

**Amos Genish**

Presidente

**Roberto Sallouti**

Membro

**Sérgio Cutolo**

Membro

**Alexandre Camara**

Membro

**Fábio Carvalho**

Membro Independente

**Fábio Pinheiro**

Membro Independente

**Marcelo Torresi**

Membro Independente

## Comitê de Auditoria

O Comitê de Auditoria tem por missão assessorar o Conselho de Administração na supervisão da qualidade e integridade dos relatórios financeiros, no cumprimento dos requerimentos legais e regulamentares, na qualificação e independência dos auditores independentes, na performance das auditorias independentes e internas, bem como da qualidade, adequação e efetividade do sistema de controles internos, baseando-se nas informações recebidas dos diversos órgãos internos e da auditoria independente.

**Fábio de Barros Pinheiro**

Presidente

**Pedro Paulo Longuini**

Membro

**Sidnei Correa Marques**

Membro

Data base setembro 2021

### COMITÊS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

COMITÊ DE  
AUDITORIA

COMITÊ DE RISCOS  
E CAPITAL

COMITÊ DE  
REMUNERAÇÃO

Data base setembro 2021

## Diretoria Executiva

Os Diretores do PAN são seus representantes legais, responsáveis, principalmente, pela administração cotidiana e pela implementação das políticas e diretrizes gerais estabelecidas pelo Conselho de Administração da Companhia. Em nossa busca constante por excelência, buscamos profissionais competentes com experiências e perfis diversos.

### Membros da Diretoria Executiva



**Carlos Eduardo Pereira Guimarães**  
CEO



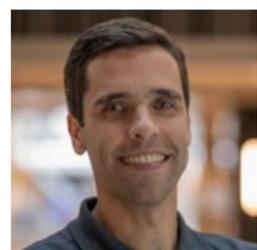
**Alex Sander Moreira Gonçalves**  
Diretor Comercial e de Produtos



**Dermeval Bicalho Carvalho**  
Diretor de Controladoria e Compliance



**Diogo Ciuffo da Silva**  
Diretor do Banco Digital e Meios de Pagamento



**Mauro Dutra Mediano Dias**  
CFO & DRI



**Roberta Cardim Geyer**  
Diretora de Crédito e Cobrança

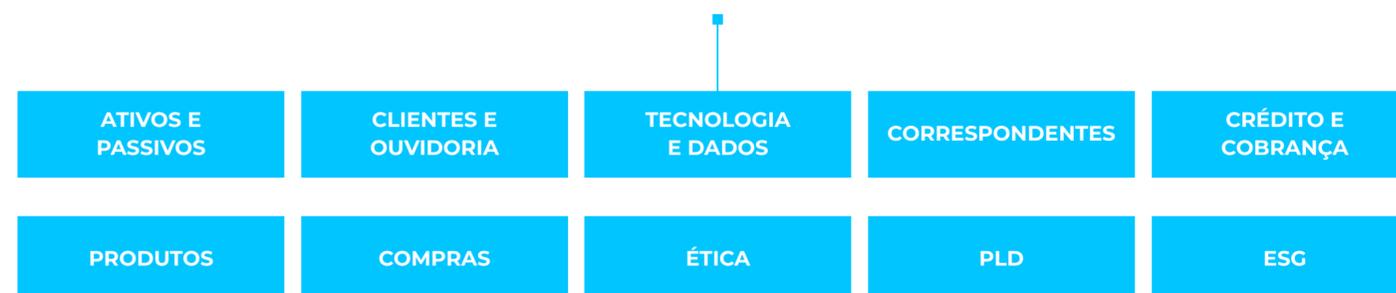


**Camila Corá**  
Diretora de Recursos Humanos e Jurídico



**Leandro Marçal**  
Diretor de Tecnologia e Operações

### COMITÊS DA DIRETORIA EXECUTIVA





Alex

Camila

Dermeval

Cadu

Roberta

Diogo

Dutra

**Diretoria executiva**

## Conselho Fiscal

O Conselho Fiscal é o órgão responsável pela fiscalização dos atos da administração do PAN, acompanhando, de maneira independente, o cumprimento dos deveres legais e estatutários nas matérias de sua competência, conforme estabelecido pela Lei das Sociedades por Ações.

### Membros do Conselho Fiscal

**Peter Edward Cortes Marsden Wilson**

Membro Efetivo

**Marcio Villas Boas Passos**

Membro Suplente

**Aníbal Cardoso Joaquim**

Membro Efetivo

**Oswaldo de Assis Filho\***

Membro Efetivo

Data base setembro 2021.

\* A eleição do membro do Conselho Fiscal está em processo de homologação pelo Banco Central do Brasil.

## Remuneração de Executivos

| GRI 102-35, 102-36 |

Nossas práticas de remuneração de executivos têm como objetivo garantir a integridade nos processos e buscar incentivar os administradores do PAN a sempre perseguirem maior eficiência em seu trabalho e consequentemente a gerar melhores resultados.

Nossa Política de Remuneração de Administradores tem como objetivo compensar adequadamente a competência e o comprometimento dos seus profissionais e está voltada ao crescimento de valores individuais e coletivos. A remuneração dos conselheiros e diretores do Banco PAN segue padrões de mercado e está atrelada à performance corporativa e individual.

### Conselho de Administração

A remuneração do Conselho de Administração é composta exclusivamente por pró-labore mensal, cujo objetivo é remunerar cada profissional pelas atribuições e responsabilidades pertinentes ao cargo exercido, não havendo outros elementos, sejam eles de remuneração variável, benefícios ou incentivos de longo prazo.

### Diretoria Estatutária

A remuneração dos membros da Diretoria é baseada nas responsabilidades de cada membro e nas práticas de mercado, objetivando criar e manter uma estrutura de remuneração que confira consistência interna, competitividade externa e eficácia motivacional a todos os níveis da Diretoria.

A remuneração dos Diretores é composta da seguinte forma:

(i) pró-labore mensal e (ii) benefícios (os quais são compostos por seguro de vida, assistência médica e odontológica).

O objetivo da remuneração paga aos Diretores é a seguinte:

(i) Pró-labore mensal – remunerar os Diretores pelas atribuições e responsabilidades pertinentes ao cargo exercido; e

(ii) Benefícios – o pacote de benefícios busca atender às necessidades básicas dos membros da Diretoria.

Para o exercício de 2021, o Conselho de Administração do Banco PAN aprovou um plano de remuneração variável para a Diretoria para fins de alinhamento de interesses no longo prazo. A proposta foi submetida e aprovada em Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária do Banco PAN, realizada em 29 de abril de 2021.

### Comitê de Auditoria

A remuneração dos membros do Comitê de Auditoria é determinada de acordo com as funções e responsabilidades de cada membro e de acordo com as práticas de mercado. A remuneração dos membros do Comitê de Auditoria é composta exclusivamente por pró-labore mensal.

### Conselho Fiscal

No exercício de 2020, os membros do Conselho Fiscal receberam remuneração correspondente a, no mínimo, 10% do valor médio da remuneração fixa dos membros da Diretoria.

A remuneração dos membros do Conselho Fiscal é composta por pró-labore, cujo objetivo é remunerar o profissional pelas atribuições e responsabilidades pertinentes ao cargo exercido.

### Metodologia de cálculo e de reajuste de cada um dos elementos da remuneração

O valor da remuneração de nossos membros da administração é calculado levando-se em conta os montantes praticados pelo mercado e o nível de competitividade do banco. A remuneração da Diretoria é revisada anualmente, de acordo com o mercado, observada a contratação de consultoria independente para tal pesquisa.

Estudamos as remunerações praticadas pelo mercado por meio de pesquisa salarial em empresas do mesmo porte, do mesmo setor e localizadas na mesma região, também utilizando como insumo a complexidade das decisões internas e a variação percentual da remuneração dos diversos cargos da organização (tais como diretor, membro do Conselho de Administração, etc.).

### Remuneração Total do Conselho de Administração do Exercício Social

	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal	Total
<b>Nº total de membros</b>	9,80	6,00	3,00	18,80
<b>Nº de membros remunerados</b>	9,80	6,00	3,00	18,80
<b>Remuneração anual</b>				
<b>Salário ou pró-labore</b>	R\$ 3.516.000	R\$ 12.624.759	R\$ 400.939	R\$ 16.541.699
<b>Benefícios diretos e indiretos</b>	R\$ 0,00	R\$ 350.129	R\$ 0,00	R\$ 350.129
<b>Total da remuneração</b>	<b>R\$ 3.516.000</b>	<b>R\$ 12.974.888</b>	<b>R\$ 400.939</b>	<b>R\$ 16.891.828</b>

# GESTÃO DE RISCOS

| GRI 102- 15 |

Tratamos como prioridade o mapeamento e a gestão dos riscos em todas as nossas frentes de negócio.

Entendemos que a natureza dos negócios do PAN nos expõe a uma variedade de riscos financeiros e não financeiros. De maneira a evitar que nossa reputação, situação financeira, resultados operacionais, fluxo de caixa, liquidez e/ou negócios futuros sejam afetados de maneira adversa, tratamos como prioridade o mapeamento e a gestão dos riscos em todas as nossas frentes de negócio.

Para guiar o processo de gerenciamento de riscos, o Conselho de Administração aprovou nossa [Política de Gerenciamento de Riscos e Capital](#), determinando que o gerenciamento integrado de riscos e de capital seja parte do processo de gestão dos negócios, o que compreende a identificação, avaliação, mensuração, monitoramento, reporte, controle e mitigação das exposições aos riscos e necessidade e utilização de capital.

**Nossa gestão de riscos é realizada continuamente por todos os gestores do PAN**, de forma a buscar sempre a otimização da relação risco/retorno e sua respectiva utilização de capital, buscando, assim, um retorno sustentável para nossos acionistas e respeitando as alçadas e os limites e critérios definidos no apetite por risco aprovado pelo Conselho de Administração.

Além disso, possuímos políticas corporativas destinadas a controlar ou mitigar riscos que possam impactar de forma adversa suas atividades e resultados.

- Política Corporativa de Segurança da Informação e Cibernética;
- Política Corporativa de Responsabilidade Socioambiental;
- Política Corporativa de Negociação de Valores Mobiliários;
- Política Corporativa de Operações de Crédito com Partes Relacionadas;
- Política Corporativa de Divulgação de Ato ou Fato Relevante e Preservação de Sigilo;
- Política Corporativa de Remuneração de Administradores;
- Política Corporativa de Risco de Compliance;
- Política Corporativa de Prevenção à Lavagem de Dinheiro, à Corrupção e ao Financiamento do Terrorismo;
- Política Corporativa de Alçadas;
- Política Corporativa de Relacionamento com Clientes e Usuários;
- Política Corporativa de Auditoria Interna;
- Política Corporativa de Gestão da Continuidade de Negócios.

Para mais informações sobre riscos, acesse o [Formulário de Referência](#).

## Riscos Identificados

| GRI 102-15 |

• **Risco Cibernético:** mensura a probabilidade de possíveis resultados negativos associados a ataques cibernéticos que possam comprometer a confidencialidade, integridade e disponibilidade de dados ou sistemas de computadores do Banco PAN.

• **Risco de Compliance:** é o risco do Banco PAN sofrer sanções legais ou administrativas, perdas financeiras, danos de reputação e outros danos decorrentes de descumprimento ou falhas na observância do arcabouço legal, da regulamentação infralegal, das recomendações dos órgãos reguladores e dos códigos de autorregulação (caso aplicáveis).

• **Risco de Conduta:** é o risco associado à forma como o Banco PAN, seus colaboradores e terceiros que atuam em seu nome se comportam e agem perante clientes, usuários, investidores, acionistas, colaboradores, fornecedores, prestadores de serviços, governo, concorrentes e sociedade.

• **Risco de Crédito:** é o risco atrelado (i) ao não cumprimento, pelo tomador, garantidor ou contraparte, de suas respectivas obrigações financeiras nos termos pactuados; (ii) à desvalorização de contrato de crédito ou instrumento financeiro devido à deterioração de risco do tomador ou emissor; (iii) à redução de ganhos ou remunerações, às vantagens concedidas na renegociação e aos custos de recuperação. No tratamento do risco de crédito, o risco de concentração a tomadores, garantidores, contrapartes, emissores e setores econômicos deve ser levado em consideração.

• **Risco de Crédito de Contraparte:** tem a ver com a possível perda em razão do não cumprimento, pelo tomador ou contraparte, de suas obrigações nos termos pactuados, bem como a desvalorização, redução de remunerações e ganhos esperados em instrumento financeiro decorrentes da deterioração da qualidade creditícia da contraparte, do interveniente ou do instrumento mitigador.

• **Risco de Liquidez:** associado à possibilidade de o Banco PAN não ser capaz de honrar eficientemente suas obrigações esperadas e inesperadas, correntes e futuras, incluindo as decorrentes de vinculação de garantias, sem afetar suas operações diárias e sem incorrer em perdas significativas.

• **Risco de Mercado:** refere-se à variação do valor dos ativos e passivos do Banco PAN, devido à flutuação dos preços de mercado. Consideram-se como subcategorias o risco de taxa de juros e a variação cambial dos preços de ações e dos preços de mercadorias (*commodities*). Inclui-se nesta definição o risco de variação nos preços devido à falta de liquidez dos instrumentos, ou necessidade de transação de volume elevado em relação ao normalmente transacionado.

• **Risco de Taxa de Juros da Carteira Bancária (RTJCB):** é o risco, atual ou prospectivo, do impacto de movimentos adversos das taxas de juros no capital regulatório e nos resultados da instituição financeira, para os instrumentos classificados na carteira bancária (não negociação).

• **Risco Estratégico:** risco de perda de *market share*, queda nos preços das ações, perda de receita ou outras perdas, sejam estas financeiras ou não financeiras, em função da inadequação, falta de tempestividade das decisões estratégicas de negócio ou devido a fatores externos relevantes não concretizados.

• **Risco Legal:** faz parte do risco operacional e está associado ao risco de inadequação ou deficiência em contratos firmados pelo Banco PAN, bem como às sanções em razão do descumprimento de dispositivos legais e a indenizações por danos a terceiros decorrentes das atividades desenvolvidas pelo Banco PAN.

• **Risco Operacional:** devido à ocorrência de eventos resultantes de falha, deficiência ou inadequação de processos internos, pessoas e sistemas ou de eventos externos relacionados que impactem o alcance dos objetivos estratégicos, táticos ou operacionais do PAN.

• **Risco Reputacional:** é o risco de perda de *share*, queda nos preços das ações, perda de receita ou outras perdas, sejam estas financeiras ou não financeiras, devido à ocorrência de eventos que causem percepção negativa de um grupo de *stakeholders* a respeito da reputação do PAN.

• **Risco Socioambiental:** risco de perdas, sanções legais ou regulatórias, ou indenizações por danos a terceiros, devido à ocorrência de eventos causadores de danos de ordem social ou ambiental e que tiveram participação direta ou indireta do Banco PAN.

## Mapeamento e Monitoramento de Riscos

Nossa estrutura de gerenciamento de riscos e controles está baseada no conceito das três linhas de defesa, no qual todas as áreas de negócio/suporte são as primeiras responsáveis pela gestão e controle dos riscos relativos aos processos, sistemas e produtos sob sua responsabilidade.

As áreas de Riscos Não Financeiros e Controles Internos, as unidades de Risco de Crédito, Liquidez, Mercado, Compliance, PLD e Jurídica, entre outras, atuam como a segunda linha de defesa, apoiando as áreas de negócio/suporte nos aspectos técnicos e metodológicos, ao mesmo tempo que desafiam, monitoram e controlam os principais riscos; e por fim, a Auditoria Interna, que realiza um terceiro nível de controle, por meio da avaliação da estrutura de processos, sistemas e controles vigentes.

**A área de Riscos Não Financeiros e Controles Internos** é responsável, como segunda linha de defesa, pela adequação da estrutura de gerenciamento de riscos não financeiros, para que os riscos sejam corretamente identificados, avaliados e mensurados (quando aplicável) pelos gestores responsáveis e que estejam de acordo com os limites definidos e dentro do apetite por risco aprovado (*RAS – Risk Appetite Statement*). Dessa forma, tem como principais atribuições: (i) definir e disseminar os conceitos de risco não financeiro; (ii) elaborar, sugerir e submeter ao Comitê de Gestão Integrada de Riscos e Alocação de Capital as políticas, normas e limites operacionais associados à exposição ao risco; (iii) elaborar, sugerir e submeter ao Comitê de Riscos as metodologias relacionadas ao gerenciamento de riscos não financeiros; (iv) monitorar e controlar a exposição ao risco do Banco PAN, abrangendo todas as fontes relevantes de riscos e gerando relatórios tempestivos para a Diretoria; e (v) suportar a identificação prévia do risco inerente às novas atividades e produtos e se estes se adaptam aos procedimentos e controles adotados internamente.

## Gestão de Riscos ESG

| GRI 102-11 | 102-28 | 102-29 | 102-30 | 308-2 |

Nos últimos anos, buscamos integrar à cultura do PAN a análise e mitigação de riscos relacionados à temática ESG. Nossa estrutura de gestão desses riscos está dividida em duas instâncias.

A instância mais alta é o nosso Conselho de Administração, órgão responsável por definir e supervisionar a implementação da estratégia de longo prazo do banco e aprovar metas corporativas relacionadas aos temas em questão.

O Comitê ESG, que se reporta diretamente à Diretoria Executiva do PAN, é a segunda instância de nossa gestão de risco. O comitê é presidido por Camila Corá, Diretora de Jurídico e Pessoas.

### Como trabalha o Comitê ESG do PAN?

- Monitora o cumprimento de normas socioambientais vigentes;
- Avalia a efetividade de ações implementadas, os impactos de descumprimento e age tempestivamente para garantir a correção dos desvios;
- Garante a adoção de providências necessárias à identificação, classificação, avaliação, eliminação e mitigação de riscos socioambientais.

O Comitê ESG também é responsável pela elaboração e manutenção da Política de Responsabilidade Socioambiental (“PRSA”), aplicável às empresas do grupo PAN, bem como a seus colaboradores, fornecedores, parceiros e clientes. A PRSA define um conjunto de princípios, diretrizes e responsabilidades que norteiam as atividades e ações de natureza socioambiental de todo o Grupo PAN.

## Continuidade de Negócios

O programa de Gestão da Continuidade dos Negócios do PAN tem como objetivo identificar ameaças potenciais à organização e os impactos que essas ameaças, caso ocorram, poderiam provocar e prevê uma estrutura de resposta que visa proteger sua imagem, reputação e operações críticas.

### Covid-19

Com o início da pandemia de Covid-19 em 2020, apoiamos as áreas de negócio e times técnicos do PAN na adaptação e acompanhamento da estratégia de contingência que foi adotada, alinhada ao isolamento social implantado no país, com a implantação do *home-office* no banco, quando chegamos a alcançar 97% dos colaboradores atuando de forma remota (equipes administrativas). Apoiamos nossos principais fornecedores na adaptação de seus ambientes para que pudessem continuar entregando os serviços contratados com qualidade. O acompanhamento das ações foi realizado por meio de um comitê de crise estabelecido com os executivos, com o monitoramento das principais unidades e linhas de negócio, sinalizando possíveis impactos na operação e pontos de atenção. Ademais, foram comunicadas recomendações de saúde alinhadas com os principais órgãos competentes (OMS e Ministério da Saúde) e o monitoramento da situação da saúde dos nossos colaboradores.

Hoje, o time de Continuidade do PAN acompanha a definição da estratégia de retorno, considerando que o modelo *home-office* será mantido para boa parte dos colaboradores, por meio da qual avaliamos e estabelecemos com os times o contingente mínimo (pessoas e ferramentas) necessário à execução dos processos críticos de negócio. Inclui-se nesse processo o acompanhamento do projeto de *retrofit* dos andares para um modelo mais flexível e ágil, que, além de deixar os locais de trabalho mais funcionais, garantirá o distanciamento necessário e facilitará a limpeza e higienização do ambiente.

# ÉTICA E INTEGRIDADE

| GRI 102-16 |

Buscamos agir com integridade, ética e seriedade em todas as atividades do dia a dia, independentemente de cargo, função ou atividade.

## Compliance GRI 102-16

A área de Compliance é responsável por mensurar os Riscos de Conformidade, ser um dos pilares centrais em disseminar a cultura de riscos internamente e implantar metodologia, processos e ferramentas para o efetivo gerenciamento e mitigação dos riscos sob sua responsabilidade.

Além disso, a equipe de Compliance é responsável por reportar os resultados das atividades relacionadas à sua função à Administração ou aos comitês de assessoramento da Administração. A eficiência do ambiente de controles internos do PAN é avaliada pela metodologia de Processos e Riscos, ferramenta utilizada para autoavaliação das nossas diversas áreas e processos.

## Ética nos Negócios GRI 102-16

É de extrema importância para nossos negócios que a cultura de gestão de riscos seja fluida por toda a organização, permeando todos os níveis hierárquicos e frentes de negócios. Buscamos agir com integridade, ética e seriedade em todas as atividades do dia a dia, independentemente de cargo, função ou atividade.

De modo a garantir aderência a essa cultura, possuímos diversas estruturas internas que definem diretrizes, responsabilidades, treinamentos e princípios relativos à conduta corporativa, prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento ao terrorismo, combate à corrupção e segurança de dados e informações para 100% dos colaboradores.

## Código de Conduta e Ética

No PAN, prezamos para que toda e qualquer forma de relacionamento, interno ou externo, respeite a dignidade das pessoas e as boas práticas nos negócios, indispensáveis para a manutenção de relacionamento de confiança e atitudes positivas entre colaboradores e clientes.

Nosso Código de Conduta e Ética expressa as definições que devem ser seguidas no relacionamento para o fortalecimento da Cultura PAN. É dever de todos os colaboradores e prestadores de serviços conhecer, vivenciar e tornar efetivas as recomendações do código, respeitando os Valores nos quais ele se inspira.



Nosso Código de Conduta e Ética explicita os princípios éticos, morais, valores e boas práticas que devem conduzir toda e qualquer decisão ou atividade exercida pela administração, colaboradores e prestadores de serviços do PAN, além de definir padrões de conduta em situações de conflito.

### **Comitê de Ética**

#### **GRI 102-17**

Nosso Comitê de Ética é o principal instrumento para zelar pela observância do Código de Conduta e Ética do Conglomerado PAN, avaliando o seu cumprimento e deliberando acerca da necessidade de medidas disciplinares a colaboradores envolvidos em denúncias, representações ou indícios de atos envolvendo fraude, violação de conduta, assédio ou qualquer tipo de infração ou violação às recomendações do Código de Conduta e Ética.

### **Comitê de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo**

Nosso Comitê de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo (PLDFT) é responsável por avaliar e aprovar diretrizes, regras e políticas referentes a assuntos ligados ao risco de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo dentro do Grupo PAN.

### **Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro, Corrupção e Financiamento do Terrorismo (PPLDCFT)**

#### **GRI 205-1**

Aprovada pelo Conselho de Administração, a PPLDCFT define princípios, diretrizes e responsabilidades que norteiam as atividades pertinentes à prevenção dos riscos de lavagem de dinheiro, de financiamento do terrorismo e de corrupção. A política considera as melhores práticas de mercado, leis e normativas vigentes, levando em conta a natureza e a complexidade dos produtos, serviços, atividades, processos e sistemas de cada área de negócio.

### **Comitê de Tecnologia e Dados**

O Comitê de Tecnologia e Dados foi fundado com o objetivo de promover o desenvolvimento tecnológico seguro e transparente, garantindo a integridade nos dados e informações de nossos clientes, fornecedores e colaboradores.

### **Política Corporativa de Segurança da Informação e Cibernética**

Nossa Política Corporativa de Segurança da Informação e Cibernética define as diretrizes, responsabilidades e princípios relativos à Segurança da Informação e Cibernética nas diversas áreas de negócio do Banco PAN. Aplica-se a todas as empresas do conglomerado, assim como a seus administradores, colaboradores e prestadores de serviços terceirizados.

### **Canal de denúncias**

#### **GRI 102-17**

No PAN, prevenir e reportar incidentes não é uma atribuição exclusiva de uma área, mas de todos os colaboradores. Por isso, procedimentos internos antifraude devem ser seguidos e situações suspeitas devem, obrigatoriamente, ser comunicadas por meio do nosso canal de denúncia.

O canal permite o reporte de práticas suspeitas ou não éticas, de forma identificada ou anônima, preservando o sigilo de sua identidade e das informações prestadas, na forma da lei.

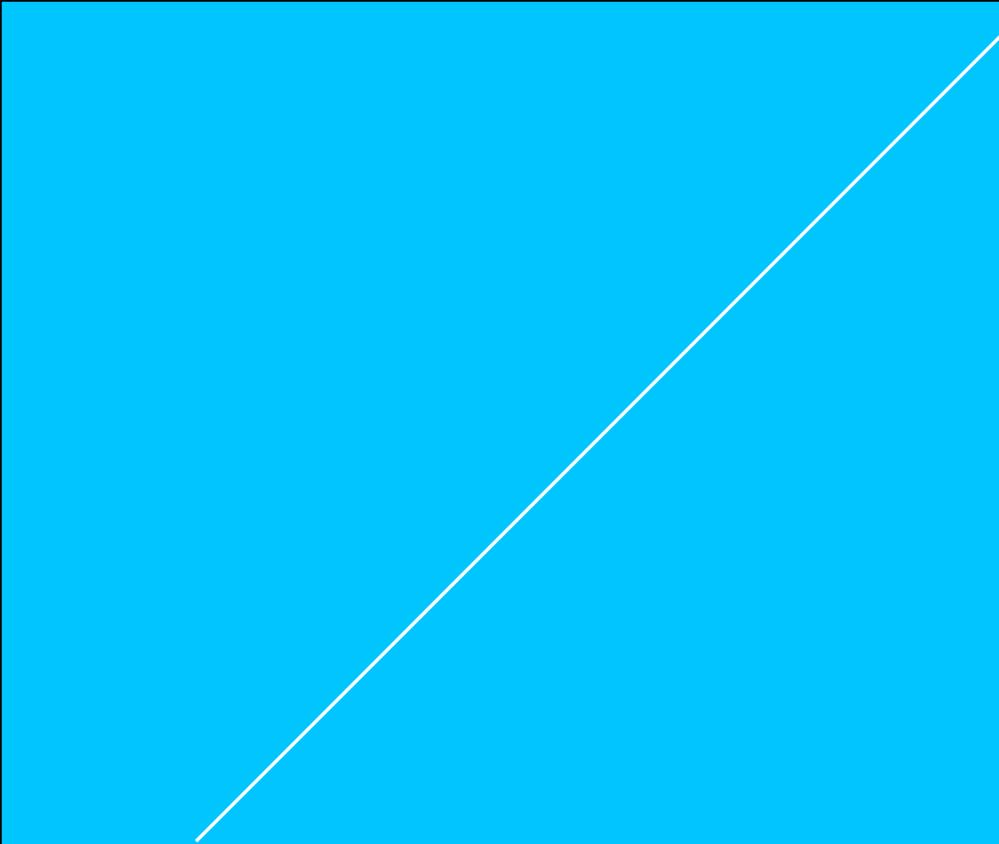
A Auditoria Interna é responsável pela triagem e encaminhamento das demandas recebidas pelo canal de denúncias, direcionando tais demandas para as áreas competentes, com exceção daquelas recebidas contra:

- (a) controladores e detentores de participação qualificada;
- (b) membros dos órgãos da administração; e
- (c) membros da auditoria interna; ou

(d) informações a respeito do descumprimento de dispositivos legais e normativos relevantes aplicáveis, que são encaminhadas ao Comitê de Auditoria para análise e providências.

Nos termos da regulamentação vigente aplicável, bem como no regulamento interno do canal de denúncias do PAN, o encaminhamento de denúncias envolvendo os administradores do banco e suas subsidiárias é realizado pelo Comitê de Auditoria, e o relatório sobre o canal de denúncias é encaminhado para aprovação do Conselho de Administração.

Ressaltamos que não houve no canal de denúncias, em 2020 e até a data deste relatório, denúncias envolvendo os atuais administradores da Companhia.



ANEXOS

## ÍNDICE GRI

| [GRI 102-54](#) | [102-55](#) |

Compromissados com as metodologias, orientações e princípios do Pacto Global da Organização das Nações Unidas e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), lançamos nosso primeiro Relatório Anual, referente ao ano de 2020. Este material também faz referência às normas GRI (Global Reporting Initiative) presentes na tabela abaixo.

Empenhados na busca por um desenvolvimento sustentável, comprometemo-nos a aprimorar e aperfeiçoar continuamente este relatório nos próximos anos, trazendo cada vez mais transparência a todos os nossos stakeholders.

GRI	GRI Título	Número	Itens de Divulgação	Páginas	Comentário ou Link
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-1	Nome da organização	–	Banco PAN S.A.
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-2	Principais atividades, marcas, produtos e serviços	11	PAN Administradora de Consórcio LTDA. PAN Arrendamento Mercantil S.A. BM Sua Casa Promotora de Vendas LTDA. Brazilian Finance & Real Estate S.A. Brazilian Securities Cia. de Securitização
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-3	Localização da sede da organização	–	Avenida Paulista, 1374, 12º Andar, São Paulo, SP, Brasil
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-4	Localização das operações	–	Brasil
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-5	Controle acionário e forma jurídica da organização	71	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-6	Mercados em que a organização atua	9, 22	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-7	Porte da organização	9, 11, 14, 31	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	35, 37, 38, 49	

GRI	GRI Título	Número	Itens de Divulgação	Páginas	Comentário ou Link
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-9	Cadeia de fornecedores da organização	68, 69	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-10	Mudanças significativas ocorridas na organização ou em sua cadeia de fornecedores	–	Não houve
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-11	Abordagem ou princípio da precaução	28, 81	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-12	Iniciativas desenvolvidas externamente	19, 27	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Perfil da Organização	102-13	Participação em associações	–	FEBRABAN
GRI 102	Conteúdos Gerais - Estratégia	102-14	Declaração do Presidente	4, 5	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Estratégia	102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	7, 26, 80	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Ética e Integridade	102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	10, 52, 53, 82	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Ética e Integridade	102-17	Mecanismos de aconselhamento e preocupações sobre ética	83	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-18	Estrutura de governança	71, 72	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-19	Delegação de autoridade	71	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-20	Responsabilidade de executivos por questões econômicas, ambientais e sociais	71, 72	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-21	Consulta a partes interessadas sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	19	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	72	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-23	Presidente do mais alto órgão de governança	74	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-24	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	–	Presente no Estatuto Social, no site de <a href="#">Relações com Investidores</a>
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-25	Conflitos de interesse	72	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-26	Papel do mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	72	

GRI	GRI Título	Número	Itens de Divulgação	Páginas	Comentário ou Link
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-27	Medidas para aprimorar conhecimento do mais alto órgão de governança	35	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-28	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	40, 81	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-29	Identificação e gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais	81	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-30	Eficácia dos processos de gestão de riscos	81	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-35	Políticas de remuneração	40, 77	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Governança	102-36	Processo para determinar remuneração	40, 77	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-40	Lista de partes interessadas	17	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-41	Acordos de negociação coletiva	41	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-42	Base para a identificação e seleção de partes interessadas para engajamento	17, 28, 70	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-43	Abordagem adotada pela organização para envolver os <i>stakeholders</i>	26, 28, 52, 53	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-44	Principais tópicos e preocupações levantadas	26, 28, 30, 51, 67	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	–	Presente nas Demonstrações Financeiras, no site de <a href="#">Relações com Investidores</a>
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-46	Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	27, 28, 30, 51, 67	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-47	Lista de tópicos materiais	28, 30, 51, 67	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-50	Período coberto pelo relatório	–	01 de janeiro a 31 de dezembro de 2020
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-51	Data do último relatório	–	Não houve
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-52	Ciclo de emissão de relatórios	–	Anual
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-53	Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	91	

GRI	GRI Título	Número	Itens de Divulgação	Páginas	Comentário ou Link
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-54	Declaração de elaboração do relatório de conformidade com <i>Standards</i> GRI	85	
GRI 102	Conteúdos Gerais - Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	102-55	Sumário de conteúdo GRI	85	
GRI 103	Forma de Gestão	103-1	Explicação do tópico material e seu limite	–	Princípio utilizado para abordar os tópicos materiais
GRI 103	Forma de Gestão	103-2	Forma de gestão e seus componentes	–	Princípio utilizado para abordar os tópicos materiais
GRI 103	Forma de Gestão	103-3	Avaliação da forma de gestão	–	Princípio utilizado para abordar os tópicos materiais
GRI 201	Desempenho Econômico	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	21, 23	
GRI 203	Impactos Econômicos Indiretos	203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	31, 60	
GRI 203	Impactos Econômicos Indiretos	203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	35, 69	
GRI 204	Práticas de Compra	204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	69	
GRI 205	Combate à Corrupção	205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	83	
GRI 205	Combate à Corrupção	205-2	Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção	47	
GRI 305	Emissões	305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa – Escopo 1	58	
GRI 305	Emissões	305-2	Emissões indiretas de gases de efeito estufa – Escopo 2	58	
GRI 307	Conformidade Ambiental	307-1	Não conformidades com leis e regulamentações ambientais	–	Não houve casos de não conformidade com leis e regulamentos ambientais em 2020
GRI 308	Avaliação Ambiental de Fornecedores	308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	–	100% dos fornecedores homologados
GRI 308	Avaliação Ambiental de Fornecedores	308-2	Impactos ambientais negativos significativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	70, 81	

GRI	GRI Título	Número	Itens de Divulgação	Páginas	Comentário, Página ou Link
GRI 401	Emprego	401-1	Novas contratações de colaboradores e <i>turnover</i>	38	
GRI 401	Emprego	401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	43	
GRI 403	Saúde e Segurança do Trabalho	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	43	
GRI 404	Capacitação e Educação	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	47	
GRI 404	Capacitação e Educação	404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistentes	35, 40	
GRI 404	Capacitação e Educação	404-3	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira	40	
GRI 405	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	405-1	Diversidade dos grupos responsáveis pela governança e entre os colaboradores	35, 37, 38, 49	
GRI 405	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	405-2	Razão matemática do salário mínimo e remuneração entre mulheres e homens	38	
GRI 408	Trabalho Infantil	408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	69	
GRI 409	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	69	
GRI 413	Comunidades Locais	413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento	31, 59	
GRI 414	Avaliação Social de Fornecedores	414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	–	100% dos fornecedores homologados





Marina Girardi



Adriana Claro



Bárbara Oliveira



Rafael Lacerda



Anabelle Urbano



Mariana Sana

## CRÉDITOS

Relatório Anual 2020

Banco PAN S.A.

# PORQUE JUNTOS A GENTE VAI LÁ E FAZ!

[Dúvidas sobre o relatório e seu conteúdo?](#)

| GRI 102-53 |

Fale com a gente em:

[ri@grupopan.com](mailto:ri@grupopan.com)

[ri.bancopan.com.br](http://ri.bancopan.com.br)



**Banco PAN**

Avenida Paulista, 1374 . 16º andar  
São Paulo, SP . 01310-100

[bancopan.com.br](http://bancopan.com.br)