



**Local Conference Call  
Banco Pan (BPAN04)  
Resultados do 1T23  
4 de Maio de 2023**

**Operador:** Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco Pan para discussão dos resultados referentes **ao primeiro trimestre de 2023**.

O áudio e os slides desta teleconferência estão sendo transmitidos simultaneamente pela Internet no site de RI da companhia: [www.bancopan.com.br/ri](http://www.bancopan.com.br/ri) e na plataforma de webcast. A apresentação também está disponível para download.

Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando \*0.

Informamos que previsões acerca de eventos futuros estão sujeitas a riscos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam diferentes do esperado. Estas previsões emitem a opinião unicamente na data em que são feitas e a Companhia não se obriga a atualizá-las.

Estão presentes hoje conosco o **Carlos Eduardo Guimarães, Presidente do Banco Pan**, e o **Sr. Inácio Caminha, Head de Relação com Investidores e Captação**.

Gostaria agora de passar a palavra ao **Sr. Carlos Eduardo**, que dará início à apresentação.

Por favor, **Cadu**, pode prosseguir.

**Carlos Eduardo Guimarães:** Bom dia a todos, obrigado pela participação em mais uma apresentação de resultados.

Começando no slide 2, entregamos um lucro estável mesmo num cenário que continua desafiador. Permanecemos com uma estratégia conservadora na originação de crédito, muito focada em produtos colateralizados, originamos apenas 1% de crédito *clean* nesse trimestre. além disso, ampliamos nossa originação B2C. Tivemos uma melhora importante na completude experiência do



nosso aplicativo, além da maior integração de Mosaico e Mobiauto com nossos produtos e canais.

Indo para o slide para o slide 3, fechamos o trimestre com 25,2 milhões de clientes, sendo que mais da metade possui exposição de crédito conosco. Atingimos 39,3 bi de carteira de crédito e um volume transacionado no trimestre de R\$22 bilhões. Nosso lucro trimestral fechou em 193 milhões, com um ROE de 11,6% ao ano.

Próximo slide. Aqui abrimos alguns destaques sobre nossas verticais de negócio. Começando pelo financiamento de veículos, aumentamos nossa produção no trimestre em 10%, com melhor rentabilidade *ex-ante*. Temos uma ótima experiência nesse produto, com muita simplicidade rapidez na contratação. Esperamos que, olhando para frente, o nível de inadimplência continue acima dos patamares históricos, não só do Pan, como do mercado também, e que nossa rentabilidade continue robusta, pois precificamos adequadamente esse risco.

Segunda vertical, consignado e FGTS. O ROA permaneceu estável no consignado mesmo após a redução do teto de juros no INSS. Pretendemos continuar aumentando o *share* de originação B2C para esses produtos.

Terceira vertical, cartão. Estamos bem restritivos não só na originação como na gestão dos limites, a PDD continua em níveis elevados e reduzimos de maneira relevante nossa exposição desse segmento. Olhando para frente, esperamos uma evolução importante em termos de experiência nessa vertical e uma redução significativa de despesa de PDD ao longo do segundo semestre.

Quarta vertical, cessão de crédito. Tivemos uma rentabilidade satisfatória e continuaremos buscando a diversificação com novos parceiros.

Próximo slide. Aqui nós reforçamos as expectativas para 2023 do banco como um todo. Nós esperamos uma ampliação da nossa margem líquida de PDD, fruto de uma pequena redução na inadimplência e aumento do *spread* bruto. Ampliaremos a participação relativa do B2C dentro da nossa originação. Continuaremos conservadores na originação de crédito, muito focados em produtos com garantia. Ganharemos eficiência em custo, integraremos ainda mais nossos produtos em canais direcionando nossos clientes para o aplicativo, teremos avanços importantes na nossa experiência de transacionalidade continuaremos buscando recorrência e recomendação dos nossos clientes.

Passo agora a palavra para o Inácio, que dará mais detalhes sobre os nossos números.

**Inácio Caminha:** Obrigado. Vamos seguir na apresentação falando aqui sobre um *update* dos nossos clientes e também das nossas linhas de negócio. Então,

passando para o slide 7, a gente vê uma evolução importante no nosso UX e isso vem acontecendo não só nos nossos canais, mas também nos nossos produtos, gerando mais engajamento, como a gente observa nos gráficos aqui abaixo avançando. Então, ali falando de clientes totais, a gente teve um avanço de 30% no ano atingindo os 25,2 milhões de clientes com um nível de ativação crescendo mesmo num cenário em que a gente ainda permanece restrito no cartão, como o Cadu comentou, o nosso *Cross-Sell Index* se manteve estável ali em 2.1, mas a gente também imagina que vai haver uma evolução disso ao longo do ano, assim como, por exemplo, a gente já vê nas chaves Pix que começaram o ano crescendo ali para 7,4 milhões de contas com esse tipo de *feature* o nosso Pix tem uma experiência super diferenciada dentre todos os bancos.

E falando de volume transacionado, a gente fechou o tri com 22 bilhões. Lembrando que aqui tem uma sazonalidade natural no primeiro trimestre, mas quando a gente olha no ano teve um crescimento de 12%.

No slide 8 a gente tem aqui uns detalhes da nossa originação de varejo, que seguiu forte de forma conservadora, totalizando 7,6, acho que com maior destaque aqui para veículos e também FGTS nesse primeiro trimestre. Veículos totalizou R\$3 bilhões e FGTS 1,3 bi. Consignado acho que foi naturalmente menor, por exemplo, pela ausência do Auxílio Brasil, que a gente fez pontualmente no quarto trimestre 1 bilhão de originação, além naturalmente das 2 semanas sem originação ali no final de março enquanto estava aquela discussão de revisão de teto.

No slide 9 a gente tem a abertura da nossa carteira, claramente um portfólio super colateralizado, a gente tem veículos ali totalizando praticamente 18 bi e passou a ser a maior carteira um pouco acima de consignado FGTS, um crescimento de 17% no ano. Depois a gente tem ali é 200 milhões menor a carteira de consignado e FGTS, e carteira de cartões fechou o trimestre em 3.1-3.2 bi, caindo 18% no ano, reflexo da postura que a gente vem adotando. Se a gente nota essa carteira já líquidas de provisões, a queda foi ainda maior, totalizando então 39.3 bi de carteira, um crescimento de 8% no ano.

A ideia aqui é a gente continuar crescendo sempre com foco em créditos colateralizados aí com maior rentabilidade.

Falando de inadimplência no slide 10, começando aqui pelo mix do lado esquerdo, a gente vê um avanço mais forte em veículos em detrimento dos créditos *clean*, a gente ficou com apenas 9% de créditos *clean* versus 91 com colateral. Na inadimplência acima de 90 dias a gente vê um indicador bem em linha com o último trimestre e no 15 a 90 vale destacar aqui que tem uma sazonalidade

importante sempre aumentando um pouco no primeiro tri e que depois acaba cedendo nos demais trimestres.

Aqui no slide 11 a gente traz o detalhe dos nossos clientes com crédito. Como o Cadu comentou, a gente tem mais da metade dos nossos clientes com esses tipos de produto, totalizando 13,2 milhões de clientes, crescendo aí 23% na comparação com o primeiro trimestre do ano passado e essa é uma métrica super importante e bastante pautada em produtos com garantia.

Nas receitas de serviços, no slide 12, a gente observa que tem um patamar ainda bem importante, naturalmente o quarto trimestre é sempre mais forte por conta de Black Friday elevando ali as receitas com *marketplace*, mas a gente vê, por exemplo, nesse primeiro tri uma expansão desses outros *fees* e aqui muito relacionado à originação de veículos, que acabou impulsionando essa parcela das receitas de serviços.

O movimento que a gente vê em cartões de redução nesse trimestre ele tem bastante impacto da originação maior que a gente observou de cartão benefício no quarto trimestre e naturalmente também do volume transacionado um pouco menor nesse primeiro tri, como a gente vai ver um pouco mais para frente.

Seguros aqui no slide 13, a gente segue crescendo nos prêmios com maior penetração, aqui tem uma relação importante também com originação de veículos, que foi maior, o FGTS também ampliou nesse trimestre e a gente observou uma penetração maior de venda de seguros no consignado também, então a gente vê que a base de clientes com apólices ativas atingiu 2,4 milhões, subindo aí 70% em 12 meses e os prêmios subiram aí da ordem de 50%.

Falando um pouco do nosso *marketplace* de *e-commerce*, no slide 14, a nossa estratégia de focar em receitas com maior *take rate* vem se provando, a gente atingiu 65 milhões de receitas mesmo com um GMV menor e a gente tem trabalhado intensamente na integração tanto da Mosaico quanto da Mobiauto, e nesse segundo trimestre a gente vai ter gente acho que a melhor experiência de shopping dentro de um aplicativo de banco, e isso porque a gente vai transferir (ou incorporar, né) tudo o que a gente tem de benefícios, seja de comparador de preço, de histórico de preço e alerta também de preços já existentes no ambiente da Mosaico e isso vai estar disponível dentro do nosso aplicativo integrado e também com facilidade de crédito. Então, acho que isso vai ser uma alavanca importante para a gente seguir engajando os nossos clientes e mostrando a relevância dos nossos serviços e produtos para a nossa base toda.

Aqui no slide 15 a gente tem os detalhes de cartões. A gente vê claramente como a nossa restrição começou lá no quarto tri de 21 caindo bem em relação ao terceiro tri e a gente vem trimestre após trimestre reduzindo a quantidade novos

cartões emitidos, mas, como o Cadu comentou também, não é só nessa frente que a gente vem atuando e sim também na gestão dos limites dos nossos clientes existentes.

Aqui vendo lado direito naturalmente o primeiro tri ele tem um volume de TPV menor associado também à postura mais restrita e as receitas fecharam ali em 66 milhões olhando os cartões.

E aí falando um pouco do nosso outro *marketplace* Mobiauto, a gente tem uma evolução bem bacana também da plataforma, isso vem ajudando na nossa originação de veículos, acho que a Mobi Já, ele já está no ar, é uma experiência super bacana para pessoas físicas que querem vender o automóvel de forma fácil, já se conectando com vários lojistas de maneira super simples, e a gente já tem 7,4 mil lojistas ativos e operando conosco, um crescimento aí de 85% em 12 meses. Quando a gente o percentual de originação do quantos dos clientes que financiaram o carro passaram pela Mobiauto, a gente está ali em 5,2% juntando não só leves, mas também motos, tem um total de veículos anunciados 224.000, e no trimestre a gente teve 16 milhões de receitas vindo dessa empresa do grupo.

E a gente agora no mês de maio também está com um feirão no ar bastante interessante que está trazendo benefícios para os nossos clientes e com isso a gente vai conseguindo engajar mais não só esses clientes, mas também os nossos parceiros lojistas.

E aí falando um pouco dos destaques financeiros, a gente entra aqui no slide 18 vendo nossa margem financeira líquida do custo de crédito, a gente vê um avanço da margem total chegando a 12,8% por conta de um volume maior de cessão, mas também se a gente olha essa margem sem cessão, ela está num patamar bem robusto ali de 8,7%.

No slide 19 a gente tem as principais linhas do nosso resultado. A gente atingiu nesse primeiro tri 1,9 bilhão de margem financeira total, 18% comparado com os com os ativos, se a gente exclui cessão isso está na casa ali de 13,7-14%, que é um patamar bem robusto. Olhando as despesas de PDD já líquidas de receitas de recuperação, a gente observa uma melhora para 4,9% e uma redução do valor nominal ali para 482 milhões.

Tem um efeito que acaba ficando em outras despesas, que são descontos maiores, que então não batem aqui nessa linha, mas batem em outras que a gente viu aqui a oportunidade também interessante para manter mais próximos os clientes que a gente vê valor e quer ter um bastante próximos para a gente ir trabalhando e ofertando mais créditos e serviços para frente.

E aí vendo lado das despesas, acho que o maior destaque, a gente teve um total de despesas menor, mas com maior destaque pela menor originação no trimestre, com isso as despesas aí de originação azuis recuaram para 553 milhões, e quando a gente olha a última linha a gente apresentou um lucro líquido ajustado de 193 milhões, o que traduz num ROE de 11,6%.

E aí para gente fechar essa primeira parte do *call*, a gente tem o slide capital, em que a gente encerrou o trimestre com 15,8%, tudo de capital principal, o que mostra bastante resiliência do *business* e uma capacidade crescimento e alavancar a nossa operação gerando cada vez mais negócio com os nossos clientes.

E aí com isso a gente encerra a apresentação e abre a linha para as perguntas.

### **Sessão de Perguntas e Respostas**

**Operador:** Iniciamos agora a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Caso deseje fazer alguma pergunta, por favor, digite \*1. Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando \*2. Por favor, aguardem enquanto coletamos as perguntas.

A nossa primeira pergunta vende Pedro Leduc, Itaú BBA. Por favor, Pedro pode prosseguir.

**Pedro Leduc:** Bom dia a todos, muito obrigado pelo *call* e oportunidade de fazer a pergunta. Primeiro, eu queria explorar um pouquinho o tema de consignado, originação, rentabilidade, esse tema é um pouquinho mais longo, mas acho que merece.

Na originação do tri a tri, a gente sabe foi um trimestre conturbado aí para o consignado INSS, cartão, devido à discussão do *cap*, no final a foto final que a gente enxerga a originação deste produto 40% tri a tri 2,5 bi. Agora a gente já teve um novo *cap*, um *cap* intermediário aí definido, queria entender um pouquinho de vocês se a gente pode voltar ao ritmo de originação que a gente tinha antes, 3-4 bi por trimestre ou se deve ficar aí mais próximo do que a gente viu agora, ali 2-3 bi.

E linkada a essa pergunta, claro, está a próxima, originar tem que vir a rentabilidade, como vocês conseguiram equilibrar ela com este novo teto do INSS um pouco mais baixo. Nossas contas indicam que vocês conseguem originar num ROE aí muito bom, ainda aí *high teen* talvez, mas teria que cortar a comissão pela metade. Faz sentido?

E no final, a gente gostaria de ver a originação no consignado subir para fazer frente a esse volume de cessão, esse tri teve mais cessão do que originação, isso

não é sustentável longuíssimo prazo. Mas só entender um pouquinho a cabeça de vocês, aí ritmo de originação no consignado, rentabilidade vis-à-vis a *cap*, comissões, como esse quebra-cabeça se junta aí para os próximos trimestres. Muito obrigado.

**Caros Eduardo Guimarães:** Bom dia, Leduc, obrigado pela pergunta. Bom, como todos sabem, a gente teve uma redução de teto do consignado de 2,13 para 1,97 aí no final de março. Basicamente, nós compensamos, né, nós temos 2 canais de originação, o B2B e o B2C. Basicamente no B2C, a gente calibrou aqui com uma maior efetividade nas nossas despesas de marketing, na atração do cliente – isso no B2C –, e no B2B nós reduzimos a comissão do correspondente bancário. Mais ou menos em que magnitude? No INSS era algo próximo de 11% de comissão o *flat* e mais o parcelado e está em torno de 8%, então não somente o Pan, mas também o mercado como um todo.

Cabe ressaltar que esse nível de comissão atual, algo em torno de 8%, ele já aconteceu no passado. Então, o que que a gente espera? Logo depois que a gente ajustou a comissão, teve sim uma redução na originação, mas o que a gente espera para frente é que volte a patamares parecidos... os nossos patamares de originação parecido com aquilo que a gente tinha anteriormente, em torno de 1 bi de consignado, aproximadamente 1 bi por mês.

Em abril não aconteceu isso, eu diria que a engrenagem está voltando a esquentar, mas a gente acredita bastante que vai voltar a patamares de originação anteriores. E a nossa rentabilidade, dado essas otimizações que a gente fez, Leduc, a gente espera que continue um produto com uma rentabilidade atraente e que a gente vai continuar sendo competitivo daqui para frente.

Obviamente, a gente tem um desafio aqui no banco, que a gente já está endereçando, estamos evoluindo, é ter um mix maior de originação B2C do que B2B, algo mais próximo dos 50-50 do que a gente tem hoje, e isso também vai nos ajudar nessa questão não só de rentabilidade como de diversificação.

Então, acho que eu passei por todos os pontos, a originação, a rentabilidade, como a gente se ajustou seja no B2B ou seja no B2C, acreditamos sim que esse produto é um produto rentável, bom para o cliente também e que vai continuar crescendo aí nos próximos trimestres.

Teve uma discussão, olhando o passado, quando comparado no quarto tri, tinha também a questão do *loans*, que podia fazer empréstimo consignado para *loans* e recentemente houve esse cancelamento, mas acreditamos que é algo que vai ser discutido e que existe uma possibilidade boa de retornar o consignado para o *loans*, o que também vai reforçar ainda mais aquela volta para uma produção aqui do Pan em torno de R\$1 bilhão de empréstimo consignado por mês.

**Inácio Caminha:** E isso só completando aqui, nesse delta de queda que você comentou do quarto tri para esse primeiro, lembra que a gente fez R\$1 bilhão do auxílio que está dentro dos 5 que você está observando aí no quarto trimestre, além do cartão benefício também, que foi mais forte no quarto trimestre porque ele começou a funcionar ali no INSS no finalzinho de setembro e impactou não só o terceiro quanto o quarto trimestre também, e aí agora já entra mais em regime, né.

**Pedro Leduc:** Excelente, Cadu e Inácio, muito obrigado aí pelos detalhes e parabéns por navegar esse trimestre conturbado aí. Eu volto aqui na fila para fazer mais uma depois, obrigado.

**Carlos Eduardo Guimarães:** Beleza.

**Operador:** A nossa próxima pergunta vende Olavo Arthuzo, da UBS. Por favor, Olavo, pode prosseguir.

**Olavo Arthuzo:** Bom dia, pessoal. Bom dia, Cadu, bom dia, Inácio. Obrigado por receber minas perguntas. Eu queria só falar um pouco agora do tema da inadimplência, que a gente viu que o NPL aí 90 subiu os 10 bps de acordo até com o esperado para os 7.2 e, por outro lado, a gente viu a PDD caindo tri a tri com [ininteligível] razoavelmente estável.

Então, nesse cenário, o que que vocês poderiam trazer para a gente sobre a bico de NPL? Será que a gente viu agora no primeiro tri que foi o pico e talvez a gente veja uma manutenção disso e para o segundo trimestre uma queda ou do segundo semestre? Eu queria basicamente ouvir sobre isso porque parece que esses dados estão ligeiramente, vamos dizer assim, indicando que a gente está próximo do pico do NPL.

E aí se vocês puderem só somar a essa resposta o que você espera de *trend* de PDD, que eu imagino talvez que deva continuar caindo ao longo dos próximos trimestres. Muito obrigado.

**Carlos Eduardo Guimarães:** Obrigado pela pergunta, Olavo. Primeiro eu vou falar dos *business* do banco e depois eu vou juntar todos eles para falar do banco como um todo.

Primeiro, cartão. A gente vem desacelerando a emissão de cartão e também a redução de limite ao longo dos últimos períodos, a nossa despesa de PDD continua alta e a gente tem bastante convicção de que a despesa de PDD de cartão ao longo de cada mês que passa desse ano ela vai reduzir, e vamos chegar lá em dezembro com uma despesa de PDD menos da metade do que a gente teve despesa de PDD média no primeiro trimestre. Isso eu te diria que está

basicamente contratado. Por quê? Uma originação melhor com uma redução de limites e com aqueles clientes mais problemáticas batendo a PDD.

Então, tem um processo digestivo aqui de despesa de PDD, ele está em curso e a gente tem bastante convicção de que ele vai andar. Então, esse é o negócio de cartão.

Consignado, FGTS e Auxílio Brasil e tal, são outros tipos de risco, não tem o risco de crédito tradicional, então ele está bem controlado, ele vem bem controlado e a gente não espera nenhum soluço disso para frente, inclusive o Auxílio Brasil que está vindo totalmente dentro daquilo que a gente tinha esperado na hora de fazer a operação.

E, por último, veículos. A gente continua aumentando a nossa carteira de veículos, estamos animados com a rentabilidade de veículos, a rentabilidade de veículos para a gente sempre leva em consideração a taxa ativa, o *funding*, os custos e as despesas de PDD. Então, a gente sempre olha a linguagem ROA.

A despesa de PDD, ou seja, o indicador de inadimplência de veículo, ele está maior do que era antes, por exemplo, do COVID, mas precificamos esse risco, é um negócio que a gente está confortável para aumentar e é por isso que a gente tem aumentado e isso, dado o tamanho ou dado a manutenção de um patamar atual, ele mantém uma despesa PDD absoluta em um determinado patamar. Somando tudo isso, nós esperamos uma redução de despesa de PDD do banco como um todo ao longo dos próximos trimestres, principalmente puxada pelo cartão de crédito. E o veículo, o patamar ele vai continuar acima do que foi ano passado, porém, a gente vai estar muito bem protegida pela margem que a gente precificou.

**Olavo Arthuzo:** Perfeito, muito completa a resposta, Cadu. E se você me permite só fazer uma segunda também rápida, mudando também um pouco de assunto, sobre a estrutura de capital do banco, que a gente viu aí que nesse trimestre continua expandindo, subiu aí 20 bps dos 15.8.

Então, eu queria só que você pudesse compartilhar com a gente o que daria para falar sobre possível distribuição de dividendo ou *share buyback* ou talvez se esse seria um novo nível que o banco acha adequado para trabalhar. Muito obrigado, Cadu.

**Carlos Eduardo Guimarães:** Assim, a gente tem uma... vamos dizer assim, o nosso cenário base de capital seria algo em torno de 13% de Tier I e uns 12%, de 12 a 13 de Tier I uns 2% de Tier II. O fato é que o ambiente ele continua um ambiente mais volátil e a gente tem mantido um nível de capital bastante confortável, 15.6, tudo Tier I.

Então, assim, isso aí muda obviamente dependendo cenário. O fato é que a gente tem capital suficiente para poder endereçar o crescimento que a gente quer ter desde que o cenário nos permita a fazer isso. Então, em momentos como esse, estamos atuando e continuaremos atuando com um capital conservador, como eu falei, 15.6, tudo Tier I, é um capital bastante conservador.

Existem oportunidades de emitir Tier II, mas por enquanto a gente está ainda analisando.

**Olavo Arthuzo:** Entendido. Obrigadão, viu, Cadu. Obrigado pelas respostas.

**Operador:** A nossa próxima pergunta vende Gustavo Schroden, Bradesco BBI. Por favor, Gustavo, pode prosseguir.

**Gustavo Schroden:** Bom dia, bom dia, Cadu, Inácio, Rafa, obrigado aí pela oportunidade. Eu queria talvez fazer uma pergunta um pouco mais, vamos dizer, completa aqui em termos de resultado e de alguns *drivers*.

Eu acho que ficou claro aqui que o banco conseguiu mostrar aí já uma queda na PDD, como já vinha sendo anunciado, e conseguiu também ter um resultado forte vindo da cessão de carteira, que ajudou, vamos dizer assim, a NIM no trimestre, até se a gente olhar naquele gráfico vocês mostram a NIM sem a cessão de crédito ela desacelerou.

Eu queria entender que se apesar de a PDD estar caindo, a NIM considerando a venda de carteira ou a cessão de carteira veio até relativamente robusta, o *bottom line* ele continua nessa casa dos 190 milhões. Eu estava olhando aqui até no momento, desde o do primeiro trimestre de 2021 que o lucro fica aí próximo de 190-195 milhões. Eu queria entender aqui o que que falta para esse lucro voltar a subir, Cadu? Se você olhar a tendência da NIM considerando a venda de carteira, ou a cessão, foi OK, ela expandiu, a PDD já começou a cair, *fee income* veio bem, mas aí passou algumas despesas que vieram um pouco mais acima. Mas for olhar até o *pre-tax profit*, ou seja, o lucro antes de imposto, ele está caindo tri a tri, ano a ano.

Quería entender um pouco de *earnings power* aqui. Como é que a gente consegue ler *drivers* relativamente, vamos dizer, melhorando com o *earnings power* ainda um pouco afetado na nossa leitora. Obrigado.

**Carlos Eduardo Guimarães:** Boa pergunta, Gustavo. Eu resumiria em 3 pontos, tá: primeiro, nós estamos subótimos em custos, lembrando que a gente investiu bastante lá em 2020-2021 no nosso *banking*, na nossa transacionalidade, e dado o cenário macro a gente resolveu diminuir de maneira abrupta a nossa origemação e a carteira de cartão de crédito, que é muito importante para engajar o cliente e

para você transformar todo o investimento que a gente fez em *banking* em lucratividade. Então, esse ponto aí foi atrasado, foi uma decisão nossa atrasar isso aí, então fizemos o investimento e ainda estamos subótimos com relação à lucratividade do setor de *banking*, na área de *banking* aqui nossa.

E dentro da área de *banking* tem o cartão, que tem afetado bastante o nosso resultado. Então, como falado anteriormente, a gente já tem entre aspas uma redução de PDD contratada assim com bastante convicção ao longo desse ano, então isso aí vai ser um vetor importante de melhora de resultado para o banco.

Lembrando que o *business* de cartão ele é um *business* diferente de outros, os outros *business* clientes adimplentes que pagam juros eles seguram, de certa maneira equilibram o resultado *business* como um todo pagando por aqueles que inadimpliram. No cartão, normalmente você só começa a cobrar juro quando o cliente começou a atrasar. Então, assim, é um negócio muito mais complexo de administrar rentabilidade, principalmente de média renda de baixa renda, num ambiente macro com o que a gente está vivendo.

Dando uns passos atrás, a gente saiu do COVID com *all-time low* de inadimplência, governando injetando recursos na economia, os clientes não tendo no que gastar, então a situação estava bem tranquila em termos de crédito, eis que 15 meses depois, 18 meses depois veio uma inflação acumulada para esse público de 14% ao ano, 15% ao ano, o que torna a vida deles muito mais difícil e, adicionalmente a esse ponto, houve um excesso de oferta de cartão de crédito brutal no mercado para pessoas que não têm a educação financeira para tratar com essa oferta de crédito.

Olhando para frente, vai haver uma limpeza desse excesso de endividamento. Se você pega a curva de endividamento do Banco Central e tira o cartão de crédito, vem *flat* há algum tempo e todo o crescimento advém do cartão de crédito.

Então, resumindo aqui em 3 pontos aquela sua pergunta inicial: um, nosso resultado de cartão vai ser muito melhor à medida que o tempo passa e ano que vem a gente vai estar completamente limpo dessa digestão de PDD que a gente está fazendo aqui no cartão; adicionalmente a isso, a gente vai voltar a trabalhar a emitir novos cartões, o que vai ajudar a engajar nossos clientes e transformar tudo aquele nosso investimento em *banking* em algo rentável, coisa que a gente não tem até agora; e, por último, você tem, por exemplo, um *business* de veículo que nas safras de 2021 você tinha um preço e uma perda esperada que ela foi maior do que era precificada na largada – isso para 2021, com certeza –, para dormir 22 para frente, a gente está originando com taxas maiores esperando uma inadimplência maior.

Então, também são as novas safras de veículo com preço melhor que vão também traduzir em melhor rentabilidade para frente. Então, a gente está animado aí com o que a gente tem para entregar. Obviamente, na medida que o tempo passa esse resultado vai melhorando, mas para o ano que vem um outro patamar de resultado dado essas 3 explicações aqui que eu te falei.

**Gustavo Schroden:** Perfeito, Cadu, super claro. Se eu puder só fazer um *follow-up* num comentário que o Inácio fez na apresentação dele a respeito de descontos que ele até comentou na hora era num momento que estava explicando a despesa com PDD que veio mais baixa. Me parece que ele comentou alguns descontos que passam em outras linhas. Aí só para entender aqui, é possível passar a magnitude desses descontos e se eles estão relacionados a descontos de renegociações de créditos vencidos?

**Carlos Eduardo Guimarães:** Tá, esses discursos eles foram aproximadamente entre R\$30 e R\$40 milhões maior quando comparados ao tri anterior, e obviamente a gente é bem cauteloso na hora de dar desconto olhando sempre com 2 métricas: um, se é um cliente de longo prazo do banco que está passando por uma dificuldade, se esse desconto vale a pena para a gente continuar com esse cliente dentro de casa – essa é uma visão; a outra visão é se ele tiver com uma situação de crédito mais apertada e na nossa negociação ele pode entregar o carro e liquidar a dívida tendo um desconto aí implícito, se a gente achar que ele vai se deteriorar mais para frente, daí a gente pega o carro e dá esse desconto.

Então, a gente está sempre olhando com essas 2 vertentes: a visão do cliente, da permanência do cliente aqui conosco, e quando o cliente está com muito problema e quer entregar o carro, a gente muitas vezes aceita o carro, dá o desconto, o cliente fica satisfeito e a gente também porque a gente acha que esse valor que a gente está recebendo agora é maior do que a gente espera para o futuro dado que o carro deprecia, dado que a situação econômica desse cliente pode piorar. Então, é mais ou menos assim que a gente olha uma renegociação/desconto aqui no banco.

**Gustavo Schroden:** OK, perfeito. Obrigado, Cadu.

**Operador:** Senhoras e senhores, lembramos que para fazer uma pergunta basta digitar \*1 em seu telefone. Por favor, aguardem enquanto coletamos novas perguntas.

A nossa próxima pergunta vende Pedro Leduc, Itaú BBA. Por favor, Pedro, pode prosseguir.

**Pedro Leduc:** Obrigado novamente pela pergunta. Um pouco na linha de despesas, Cadu, despesa com originação no todo no tri caiu 13%

sequencialmente, um pouco menos do que cai a originação no tri total aí uns 20%. E aí olhando dentre as linhas de originação, a despesa com comissão caiu quase 30, sendo que a originação consignado caiu um pouco mais, caiu 40, então você economizou um pouquinho menos aqui, não sei se teve outro tipo de comissionamento para as outras linhas que não consignado, tipo FGTS e veículos que subiu.

E aí olhando na outra linha, outras despesas com originação, essa subiu quase 20% tri a tri, então teve uma queda de comissão, mas uma alta na “outras linhas”, né.

Ao que deve essa alta? O que seriam essas outras despesas, se já o *share* maior de originação interna que vocês tão fazendo ou uma realocação entre linhas? Mais para entender um pouquinho a dinâmica de despesa com comissões neste trimestre. Obrigado.

**Carlos Eduardo Guimarães:** Obrigado, Leduc. Primeiro que a despesa de originação, por exemplo, do consignado, elas se dividem em 2: uma é o *flat* e a outra a parcelada. Então, o *flat* é uma função direta daquilo que foi originado no período, ela tem um *delayzinho* porque a despesa de originação que a gente pague em março ela é referente a fevereiro, então tem um *delayzinho* aí de 1 mês, mas então a *flat*, que é mais ou menos agora quando a gente está no patamar de 8 depois da redução do teto, aproximadamente 5 de *flat* e 3 de parcelado. E a parcelada ela não é uma função da originação, ela é uma função da carteira. Então, já tem essa questão aí de que você pode ligar diretamente toda despesa de comissão àquilo que foi originado no trimestre, seja pelo *delay* ou seja também porque você tem comissões parceladas que vêm de originações anteriores. Então, esse é o primeiro ponto.

**Inácio Caminha:** O segundo ponto é um aumento, de fato mais eficiência ou mais volumes vindo do B2C, que não gera comissão, mas gera outros tipos de custos associados.

**Carlos Eduardo Guimarães:** A gente compara aqui bastante, Leduc, a gente tem o negócio B2B no consignado, tem o negócio B2B e tem o negócio B2C. Onde a gente vê as grandes diferenças? Primeiro, o B2B é uma comissão, é uma comissão variável; e no B2C você tem custo de pessoal e custo de marketing. Então, nós olhamos os negócios assim, olha, um é comissão o outro é pessoas mais marketing, como é que está a rentabilidade olhando essas 2 formas de originação e obviamente a gente acha que uma diversificação é muito melhor para o banco, então é nesse caminho que a gente está, e normalmente o cliente B2C é um cliente muito mais fiel e tem uma vida mais longa aqui no banco do que o cliente B2B.

Então, é assim mais ou menos que a gente olha o negócio, essas 2 formas de originação e a gente está crescendo o B2C e a gente está bem animado que esse ano a gente vai mudar de nível e de originação B2C do consignado.

Lembrando que no FGTS a gente já tem 65% da nossa originação do FGTS é B2C, e 35 é B2B. A gente quer se aproximar disso aí no consignado também.

Agora a mensagem macro também é custos deverão ficar muito sob controle daqui para o final do ano. A gente não vê nenhum aumento relevante de custo e o que a gente espera é ganhar eficiência, ganhar alavancagem operacional, até porque grande parte dos nossos investimentos em termos financeiros já foram feitos, eles foram postergados o retorno deles dada a situação macro, mas a gente espera captar isso um pouco mais para frente.

**Pedro Leduc:** Excelente, Cadu. Posso fazer um *follow-up* rapidinho? Quando é B2C, é uma comissão só na cabeça ou ela também é faseada, no B2C consignado no caso?

**Carlos Eduardo Guimarães:** No B2C, na verdade, a gente não trata como uma comissão, a gente trata o seguinte, o B2B você tem uma despesa de originação, que é uma comissão que você paga para o correspondente bancário. Isso no B2B. No B2C também você tem uma despesa de originação que você paga para sua força de venda que você tem dentro do banco e você paga de despesas de performance e marketing para atrair o cliente. Performance e marketing/CRM, que é vender, são custos internos que é para vender o consignado dentro da nossa base.

Então, é isso, são despesas de originação. Uma é a comissão correspondente bancário, no B2B, e a outra é um somatório de performance e marketing, CRM e força de venda, e aí compara essas 2 formas de originação dessa maneira.

**Pedro Leduc:** Tá claro, Cadu, muito obrigado e até o próximo *call*.

**Operador:** Senhoras e senhores, não havendo mais perguntas, encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria neste momento de passar a palavra ao senhor Carlos Eduardo para as suas considerações finais. Por favor, senhor Carlos, pode prosseguir.

**Carlos Eduardo Guimarães:** Mais uma vez, obrigado pela participação de vocês. Esperamos revê-los na nossa próxima divulgação de resultados. Bom dia.

**Operador:** A teleconferência do Banco Pan está encerrada. Muito obrigado por utilizarem a Chorus Call. Podem se desconectar.

