

Operador: Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco Pan para discussão dos resultados referentes ao quarto trimestre de 2023. O áudio e os slides desta teleconferência estão sendo transmitidos simultaneamente pela internet no site de R.I. da companhia: www.bancopan.com.br/ri, 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. 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 senhor Carlos Eduardo Guimarães, presidente do Banco Pan, e o senhor Inácio Caminha, *head* de relação com investidores e captação. Gostaria agora de passar a palavra ao senhor Carlos Eduardo, que dará início à apresentação. Por favor, Cadu, pode prosseguir.

Carlos Eduardo Guimarães: Bom dia a todos, bem-vindos a mais uma apresentação de resultados do Banco Pan.

Começamos no slide dois. Tivemos uma forte originação de crédito neste trimestre, 28% maior que a do trimestre anterior. Permanecemos com uma estratégia conservadora na originação, muito focada em produtos com garantia e com bônus (inint) [00:02:01]. Nossa carteira de crédito cresceu 7% no quarto tri. Houve uma leve redução nos indicadores de inadimplência, fruto principalmente de melhores taxas recentes de originação. Continuamos a falar que houve uma completude e experiência do nosso aplicativo.

Página três. Fechamos o trimestre com 28 milhões de clientes, sendo que mais da metade possui exposição de crédito conosco. Nossa carteira de crédito atingiu 41,8 bilhões, com crescimento de 7% comparado ao trimestre anterior. O lucro líquido ajustado foi de 195 milhões e ROI 11,1% (inint) [00:02:51] com o trimestre anterior. Passo agora a palavra para o Inácio, que dará mais detalhes sobre os nossos números.

Inácio Caminha: Bom dia a todos. Continuamos aqui no slide cinco, a gente vê o crescimento contínuo da nossa base de clientes, não só o nosso novo posicionamento de marca, mas também essa evolução toda de UX que a gente tem feito para entregar para os clientes tem resolvido bastante, os nossos canais também estão cada vez mais integrados e isso com certeza vai impulsionar esse crescimento de base, elevando ainda esses 28 milhões de clientes.

No slide seis, a gente tem alguns detalhes de engajamento, a gente segue primeiro eles bem relevantes, 65% de clientes ativos 2,2 produtos por período ativo. A gente também vê chaves PIX evoluindo para 8,2 milhões de cliente e no PPV, de fato, a gente já começa a ver de forma mais direta a evolução da transacionalidade. Então, a gente saiu, vinha rodando mais ou menos em 22 bilhões do trimestre, a gente já passa pra 25 e com uma tendência de continuar crescendo. Aglutinação de ROI de fetch, dá para perceber que a gente seguiu bem forte, 9,6 bi no trimestre.

A gente teve *all time high* de veículos com 4,3 bi no trimestre. Se a gente olhar a evolução mês a mês, ela foi bem forte, a gente fechou dezembro com 1,6 bi e janeiro já segue num ritmo bem forte.

Somos líder absoluto no segmento de motos nova, a gente vendendo mais *share* em (inint) [00:04:36]. Em motos, a gente tem 35% de *share* e elétricos a gente vem crescendo e tá ali próximo a 11% e consignado se manteve forte, assim como (inint) [00:04:48]. Dos produtos, a gente tá trabalhando bastante o B2C para ter cada vez uma participação maior.

No FGTS, isso já vem há bastante tempo, na verdade desde o início, pegando mais ou menos dois terços do fundo de canais de B2C e o consignado vem crescendo bastante. A gente tá bem confiante que 24 isso vai avançar bem. E o empréstimo pessoal ficou ali um pouco de lado, na verdade, bem de lado. Um tempo com postura mais conservadora. Mas a gente também tem expectativa de que se evolua ao longo de 24.

Um pouco da carteira de crédito, um pouco mais detalhes no slide oito, ao longo do ano a gente vinha praticamente flat. Mas nesse último período em que começou uma dinâmica mais forte de crescimento, foi de 7% somente nesse trimestre, totalizando 41,8 bi impulsionado tanto por veículos quanto consignado, no ano dá pra ver um crescimento forte de veículos de 32% que é uma carteira de 22 bi, seguida por 17 bi de consignado e dois bi de cartão de crédito, podendo ter porção pequenas de crédito clean.

E aí no slide nove a gente tem essa dinâmica clara de melhora de inadimplência, com (inint) [00:06:11] superdefensivo. A gente já tinha comentado sobre isso no trimestre passado e a gente imagina que isso continue também de forma gradual

para frente. E então a gente fechou com 30, 90 e 9% e entre 90 e 7,3%, um recuo um pouco mais significativo. Mas o que a gente gosta sempre mais de ver do que o nível de inadimplência é como se comporta a margem depois dos limites de crédito. Então a gente vinha numa tendência oscilando ao redor de 9% e a gente já começa a ver uma evolução para 10%. E isso como a gente vem falando há um tempo já fruto de uma nova safra de veículos que estão vindo com a precificação muito boa e essa tendência de elevação é algo que a gente também espera pra 24.

No slide 10, a gente sempre falou isso desde o começo da nossa história, crédito é a principal ferramenta para a gente monetizar e também conseguir engajar os clientes. A gente vem evoluindo nessa métrica, nominal, crescendo trimestre após trimestre e além de crescer a quantidade de clientes com crédito, a gente também quer crescer o nosso *share*, ficando mais relevante em cada cliente. Então, essa dinâmica, ela continua. A gente está sempre buscando esse nível de engajamento que complementa a transicionalidade, mas é bem importante para a monetização.

No slide 11 tem sido importante também, a gente vai continuar crescendo. A performance forte do trimestre, que totalizou 385 milhões, fica bem visível por conta da evolução de veículos, seja nos fins de crédito, que totalizaram 183 milhões, quanto nos com seguros, 71 milhões e a (inint) [00:08:12] de *market place* subiu em função de *Black Friday*, um movimento que já era esperado, compondo praticamente esse avanço de receita de EBTIDA, que a gente observa nesse slide.

Falando um pouco de cartões, a gente continua com uma postura conservadora, mas a gente já começa a ver um aumento de emissão de novos plásticos, mas com uma dinâmica diferente. A gente comenta um limite menores para os clientes e à medida que eles vão dando um bom uso, a gente vai trabalhando o limite de clientes de forma que eles consigam ir adiante, seja capacidade de utilização ou do nosso lado, exposição de risco. Então, o movimento de risco, que ainda não começa a acontecer, mas já começa a ampliar o número de clientes utilizando o banco em um volume de TPB, a gente já teve um aumento de 3,4 pra 3,7 bi no trimestre e as receitas com cartão, a gente tem ideia entre começar o faturamento via todas as receitas de *interchange*, a gente também espera uma dinâmica de crescimento aí nos próximos trimestres.

Seguros, no slide 13, a gente vê bem a evolução dos prêmios, acompanhando a evolução dos veículos, totalizando de 229 milhões de prêmios emitidos. E a gente tem um total de 3,4 milhões de clientes com seguros ativos. E também é um business interessante que complementa a experiência do nosso cliente.

Então, um pouco do *market place* no slide 14. Então a gente já esperava naturalmente uma elevação por conta da *black friday*, embora o varejo como um todo tenha sentido recuo frente a 2022, a gente chegou ali a 950 milhões de GNB,

com 6,3% de take rate, a gente também já tinha comentado um pouco sobre essa nova dinâmica de take rate mudando um pouco o cenário competitivo de varejistas, isso vem um pouco pra baixo aí no último trimestre e a gente tem aqui, na verdade, dentro dessa estratégia com a Mosaico e todo esse ambiente, o que a gente mais busca, na verdade, é aproveitar bem esse pouco de funil. São 12 milhões de usuários únicos por mês navegando, certamente uma oportunidade muito boa pra gente trazer esse cliente para o nosso ambiente, ofertar alguns produtos, ofertar crédito e a experiência de shopping tá evoluindo bastante, dentro do nosso aplicativo, já tem também uma experiência muito bacana e isso certamente é uma outra ferramenta para ajudar na ampliação, seja de engajamento, seja da comunidade ao longo do ano. E a gente totalizou aqui com 71 milhões de receitas.

A Mundial que é o nosso outro *marketplace* também vem contribuindo bastante para experiência de busca de carros e motos pelos nossos clientes, eles já alcançaram, a gente já tem 9000 lojas trabalhando com essa plataforma da Mundial que vem crescendo também num ritmo bacana. Quando a gente olha a participação de clientes que financiam carro tendo passado pela Mundial, já chega aí praticamente a 8%. No final de 22 isso era 5%, então não só o *share* cresceu, como o nosso volume de novos financiamentos cresceu bastante.

Então, de fato, o alcance e rentabilidade da Mundial vem crescendo num pace muito bacana, também em 2 milhões de visitas por mês, a gente bateu isso agora no final do ano, uma base também bem menor ao longo de 23. Então tem uma dinâmica importante de crescimento. A gente fechou o ano com 290 mil carros anunciados e 26 milhões de receitas nesse quarto trimestre. E aí tem um pouco dos destaques financeiros.

No slide 17, a gente vê a margem financeira líquida de PDD, a gente segue no patamar sólido. Também já aponta um crescimento aqui na margem, seja depois de PDD de 13 para 13,8, mesmo excluindo a linha de (inint) [00:12:55] em questão, de 8,8 pra 10. Também dinâmicas bem importantes pra resultado.

E olhando dados de resultado no slide 18, a margem total atingiu 19,1%, 2 bilhões e 70 milhões neste último trimestre. PDD vem super controlada e dentro do que a gente espera em termos de precificação, representando 4,7% da carteira, despesas como um todo a gente vê um aumento aqui no trimestre, mas isso impulsionado principalmente pela alteração mais forte. Então praticamente 700 milhões de (inint) [00:13:36], 360 de despesas administrativas e com pessoal, de forma que o resultado do trimestre, a gente pegou 20,95 milhões e o ROI de de 11%. Olha, gente, está pelo lado de aquisição da Mosaico.

Olhando esses mesmos indicadores na ótica anual, a gente segue com margens bem fortes, uma clara perspectiva de melhora. A gente totalizou 7,7 bilhões de

receitas em 2023, despesas com PDD, a gente deu lucro no ano de 5,5% em relação à carteira (inint) [00:14:19], principalmente pela redução de controle na carteira de cartões. No âmbito de despesas como um todo, a gente teve um crescimento ali de 2% no total. Tem uma parte que é claramente associada à originação. As demais despesas administrativas e pessoal cresceram aproximadamente 5% e em 2024 a gente tem uma, já começou, na verdade uma agenda de eficiência importante e que a gente vai ver uma melhora relevante ao longo de 24 nessas demais despesas.

E aí, um resultado como um todo do ano, 77 milhões de ROI, o estado era de 11,3, lembrando que a gente entra em 2024, a gente tem aquele depósito do legado que consome uma parte da realidade que ele vem no final de 25, agora já dá pra dizer que estamos chegando perto do vencimento e isso contribui, vai contribuir ao vencer com mais dois pontos de ROI. Então é uma dinâmica importante pra frente também de ser acompanhada. Finalizando com os números do nosso capital, a gente fechou o trimestre em 28 de Basileia, (inint) [00:15:41], bem compatível com a nossa estratégia de crescimento, junto também com o trabalho de fundo que oferece bastante conforto, deu o avanço dos nossos ativos. E aí passo a palavra pro Cadu pra falar um pouco das perspectivas para o ano que vem. Cadu.

Carlos Eduardo Guimarães: Pra finalizar a apresentação na página 21, seguem as perspectivas para 2024. Esperamos um aumento de relevante da nossa carteira de crédito, consequência de uma robusta originação e uma queda importante da quantidade de canais de créditos cedidos comparado aos valores de 2023, (inint) [00:16:21] permanecerá semelhante. Continuaremos crescendo nossa originação com aumento da participação executiva, a margem de custo de crédito ainda vai crescer, explicada principalmente pelas maiores margens das safras recentes de (inint) [00:16:39]. Continuaremos muito focados na ampliação do engajamento e da transacionalidade, alavancados pela integração de canais de produtos e reposicionamento da nossa marca, buscando ser mais aspiracional. Finalizamos aqui nossa apresentação, abrindo agora para as perguntas.

Operador: Obrigado. Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Caso desejem fazer alguma pergunta, por favor, digite asterisco um ou através do chat localizado no canto inferior direito da plataforma de webcast. A nossa primeira pergunta vem por telefone do senhor Olavo, da UBS. Por favor, pode prosseguir.

Olavo: Bom dia Cadu. Bom dia, Inácio. Obrigado pelas perguntas. Eu tenho duas e a primeira delas eu queria só entender essa compra dessa carteira que vocês mostraram de UB. É uma operação que não é muito usual. Acho que foi a primeira vez que o banco fez, então queria só um *overview*, explicar explicar um pouco o racional sobre essa compra para a gente ter claro isso. E também como que a gente

pode enxergar essa compra, essa operação daqui pra frente, nos próximos trimestres. E a segunda pergunta é mais um pouco sobre aquela questão do marco legal das garantias. Que o Congresso, ele derrubou o veto do presidente lá em dezembro e foi aprovado, considerando toda a questão sobre a recuperação de veículos e outros tipos de bens, enfim, eu queria só ouvir de vocês sobre o marco legal das garantias, depois de um mês digerindo tudo o que aconteceu, o que dá para dizer, surfar em relação a precificação do empréstimo alto a dentro do bolso e que daria tudo para compartilhar de expectativa sobre a taxa de juros que vocês possam cobrar daqui para frente. E a perda esperada, que vocês devem estar considerando nos cálculos. Obrigado, pessoal.

Carlos Eduardo Guimarães: Obrigado, Olavo. (inint) [00:19:05] Sobre a compra de carteira. Foi uma compra de carteira de consignado, que a gente teve a oportunidade de fazer agora em dezembro. Uma operação bem bacana e muito, muito ligada à nossa estratégia aqui no banco. Novas compras poderão acontecer, a gente tem ativamente procurado boas oportunidades de compra de carteiras que na nossa opinião, vão existir aí ao longo de 2024. Então, tudo a ver com a nossa estratégia. A gente sempre conversa aqui no banco, quem entende do risco que está tomando sabe do preço da compra e sabe do preço pra venda. Então, tivemos oportunidade bacana num preço legal e aí a gente fez operação de 1,3 bi e esperamos sim fazer novas operações ao longo desse ano, desde que sejam operações com uma boa rentabilidade. Com relação ao marco legal das garantias que afeta principalmente no nosso caso os níveis de veículos. Ele de fato entrou em vigor, mas basicamente, ainda tem bastante incerteza de como é que vai funcionar. A grande aposta é que haveria menos fricção na hora de retomada de um veículo, na busca e apreensão. Antes você precisava oficializar o distinto e agora você pode fazer através do Detran e dos cartórios. Então tem muita incerteza de como é que vai funcionar na prática, e num primeiro momento a gente não está mudando em nada a nossa precificação aqui do produto de veículos, baseado numa expectativa de como vai funcionar porque para a gente não está nem um pouco claro como se dará isso na prática.

Olavo: Tá ótimo. Obrigado, Cadu.

Operador: Nossa próxima pergunta vem do senhor Flávio, do Bank of America. Por favor, senhor Flávio, pode prosseguir.

Flávio: Olá, bom dia, Cadu, bom dia, Inácio. Obrigado pela oportunidade. Eu tenho duas perguntas aqui do meu lado. A primeira pergunta é com relação à carteira de crédito. Então vocês originaram, deram uma acelerada na originação nesse tri e o que a gente tem visto quando a gente fala com os outros bancos, a gente sente que eles também devem aumentar a originação ao longo do ano. Então, talvez vocês

tenham saído um pouco antes, mas eu queria entender como vocês estão se preparando para um cenário competitivo um pouco mais acirrado. Se essa é sua visão, a visão de vocês e como é que vocês estão se preparando não só no alto, que acho que outros players também devem vir a buscar um crescimento, e também no consignado, principalmente de players digitais, aí tem um bem grande que tem sido mais vocal. E outro ponto que eu queria explorar um pouco mais o racional do que vocês falaram no final do crescimento da carteira de crédito bem forte para 24, dado uma mudança na estratégia de gestão de carteira, queria entender um pouco mais esse racional. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Obrigado pelas perguntas, Flávio. Primeiro, de fato nós trabalhamos já, sempre trabalhamos em mercados bem competitivos. Então, veículos, consignado, FGTS e cartão, então são segmentos bem competitivos e a gente acha que 2024 vai continuar sendo um segmento competitivo. O que a gente vem se preparando e vem construindo ao longo do tempo são os diferenciais pra gente poder continuar competindo de uma maneira bem relevante nesse segmento que a gente atua. Como o Inácio falou anteriormente, financiamento de motos, a gente tem mais de 30% desse mercado. Somos o primeiro de maneira elegante. Financiamento de veículo, financiamento de carros usados, nós somos entre o terceiro e o quarto maior financiador do Brasil. E esses mercados são competitivos há muito tempo. É claro que podem entrar novos entrantes e que pode acirrar um pouco mais a competição, mas a gente acredita que estamos preparados para continuar sendo players importantes nos segmentos que a gente atua, seja no auto, no consignado e no FGTS. Essa é a nossa expectativa e esse é o nosso histórico ao longo dos últimos anos. E a segunda pergunta, o crescimento de carteiras, nós realizamos em 2023 uma sessão de captura próximo de 13 bilhões de reais, e pra 2024, nós esperamos uma redução relevante dessa questão. Então, isso aí é uma ferramenta de você aumentar a carteira que vai reter mais o nosso balanço, essa é a primeira. A segunda, nós estamos mais otimistas com o aumento da originação, aumento esse que já começou no quarto trimestre. Então, quando você soma aumento da originação, que já vinha do quarto tri, a gente pretende continuar assim ao longo de 2024, e mais uma quantidade de cessão significativamente menor em 2024 comparado com 2023, assim a gente espera um crescimento importante da carteira de crédito.

Flávio: Entendi. Agora, essa mudança na estratégia de aquisição, qual o motivo pela mudança? Vocês vinham fazendo bastante cessão acho que quase todo trimestre, mas eu queria só entender um pouco do racional dessa mudança da estratégia.

Carlos Eduardo Guimarães: O racional é assim, a gente sempre considerou cessão de crédito parte importante do *bussiness* nosso, achamos uma ferramenta importante para você poder gerir capital, gerir *funding*, gerir risco, então sempre foi e continuará sendo importante aqui para nós. O fato é que a partir de 2024, (inint) [00:25:43], a gente não só o Pan como o grupo como um todo, a gente está mais confortável com o aumento de retenção dessa carteira, seja pelo capital que a gente tem e o grupo também tem, ou pela quantidade de *funding*, não só pela quantidade, mas também pelo preço de acesso ao *funding*. Então, quando a gente olha nessa perspectiva maior de *funding* e de capital, não só do Pan, como de grupo como um todo, isso nos dá conforto para a gente reduzir a quantidade de cessão esperada pro ano de 2024.

Flávio: Entendi, tá ótimo. Obrigado, pessoal.

Operador: Nossa próxima pergunta vem do senhor Matheus Rafaele, do Itaú BBA. Por favor, pode prosseguir.

Matheus Rafaele: Bom dia a todos. Obrigado pela pergunta. Queria explorar aqui o tema de cartão de crédito, acho que vai fazer uns dois anos que o Pan começou a frear emissão de cartão, e a gente viu um aumento relevante no número de emissões. Achamos que multiplicou quase que por três. Queria entender melhor aqui esse número, se der pra comentar se foi uma mudança no approach, dar limites menores e liberando conforme ganha um conforto com o cliente. Acho que seria legal entender um pouco mais de estratégia. Queria entender com base nesse novo approach aqui a gente podia esperar uma mudança relevante no apetite para o produto ao longo de 2024. Hoje, o crédito está por volta de 5% da carteira, faz sentido a gente trabalhar com esse *share* aumentando no ano, com mais penetração na base, ou se a expectativa é que esse *share* permaneça mais constante aqui, apesar dessa mudança. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Obrigado pela pergunta, Matheus. Realmente no quarto tri, nós aumentamos a quantidade de cartões emitidos, mas quando a gente traduziu isso em risco esperado, o que é que a gente faz? A gente pega a quantidade de cartão emitido, multiplica pelo limite médio, multiplica pela ativação e também pelo índice de atualização. Quando você faz estas multiplicações, o cartão mesmo no quarto tri tem uma representatividade de produção muito pequena dentro do banco. Então houve sim um aumento, mas muito pequeno. Pra você ter uma ideia, quando você faz essas quatro multiplicações que eu te falei aqui, a quantidade, ticket e utilização e ativação, isso dá mais de 35 milhões de reais de originação em dezembro, um banco que originou mais de três bi. Então ainda é um negócio super pequeno, que a gente está trabalhando de uma maneira cautelosa, que para o nosso público atingir o cartão de crédito, por si só, nós achamos que é

um produto com uma margem bem apertada, porém com engajamento, trazendo engajamento importante, que é isso que a gente busca. Então, dito tudo isso, a gente quer continuar crescendo essa quantidade de cartões ao longo do ano 24, porém, não esperamos um crescimento da participação do cartão, da carteira de cartão de crédito dentro do portfólio do banco ao longo de 2024. Esperamos que continue muito próximo deste 5%.

Matheus Rafaele: Tá claro, muito obrigado.

Operador: Obrigado. Nossa próxima pergunta vem do senhor Arnold Schraze, Santander Brasil. Por favor, pode prosseguir.

Arnold Schraze: Fala, pessoal, bom dia. Obrigado pela oportunidade de fazer a pergunta. Minha pergunta é basicamente relacionada com a dinâmica da inadimplência. A gente viu que a inadimplência de curto prazo ficou praticamente estável aí no trimestre anterior, só que a inadimplência (inint) [00:29:52] 90 teve uma boa queda, até surpreendeu a gente bastante, acho que é um número bem positivo. Se conseguir comentar qual a expectativa agora para 2024 e também falar uma outra pergunta sobre 2024 como um todo, qual seria o maior receio de vocês em relação ao ano? Vocês estão mais cautelosos com algum tipo de crédito em geral? Vocês acham que a inadimplência pode ter algum repique? Enfim, eu queria ver um pouquinho de vocês. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Arnold, não só o passado recente, eu diria aí quarto tri, terceiro tri, como também pra 2024 nós temos falado que os níveis gerais de vendas, eles, eles terão uma leve melhora. A nossa melhora, a nossa expectativa de melhora de resultado pra 2024, ele vem mais por uma precificação melhor e uma margem melhor ante o custo de crédito do que por uma evolução significativa do custo de crédito. Então, o que a gente vê nas taxas mais recentes? Mais recentes, a partir do final de 2022 e 2023, todos que a gente esperava de perda total, esses anos de perda, ele está muito mais alinhado ao preço que a gente tinha precificado que tá vindo. No passado, em 21 e 22, nós esperávamos uma perda na precificação grande e depois a gente viu que a perda foi maior e, conseqüentemente, isso apertou a margem líquida de custo de TBD do banco. Então a partir do final de 2022 e principalmente em 23, a perda esperada que a gente colocou na prestação dos produtos, ela está vindo muito (inint) [00:31:50] e conforme a gente sempre fala aqui no banco, o problema não é você ter uma perda alta ou uma perda baixa, uma baixa ou mais alta. O problema é que se você tiver uma discrepância importante entre a perda que você achava ao precificar o restante da realização da perda. Então, olhando para frente a gente vê uma leve redução nos indicadores de inadimplência, mas um aumento da margem líquida de custo de crédito, que casa com isso que eu te falei de preços melhores que a gente colocou na originação.

Arnold Schraze: Perfeito. Obrigado.

Operador: Obrigado. Nossa próxima pergunta vem do senhor Brian Flores, do Citibank. Por favor, pode prosseguir.

Brian Flores: Oi pessoal, tudo bem? Obrigado pela oportunidade de fazer uma pergunta. Eu só queria entender um pouquinho as dinâmicas na (inint) [00:32:55]. A gente vê que FGTS está caindo ainda como proporção do total, que para entender se estão enxergando uma dinâmica mais difícil ou se simplesmente estão priorizando as outras categorias. Mas qualquer comentário lá é bem útil. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Obrigado pela pergunta, Brian. Com relação, a (inint) [00:33:24] não tava muito boa, foi com relação ao FGTS, é isso?

Brian Flores: É, é isso mesmo, sobre a originação e FGTS.

Carlos Eduardo Guimarães: Beleza. Originação e FGTS, ela tem estado próximo de 350, 400 milhões de reais por mês. É mais ou menos isso que a gente está esperando para o ano de 2024. O mercado é bem competitivo, mas a gente também tem um posicionamento importante. Saímos na frente não só com um marketing importante de originação, mas também com uma experiência totalmente digital de auto contratação e o produto FGTS continua como produto importante aqui pro Pan. Então, a originação do FGTS, ela vai continuar mais ou menos nessa faixa de 350 milhões de reais e 400 milhões de reais. Disso aí, mais ou menos 70% é B2C e a diferença correspondente é bancário. É um negócio que a gente gosta, que é importante para o cliente. É uma taxa bem competitiva de um dinheiro que basicamente estava parado. Então é um produto importante pro cliente, um produto importante pra nós e vamos continuar mais ou menos flat com originação de FGTS e originação ao longo de 2024. De originação. Quando eu falei que a gente receber menos, as carteiras que a gente cede em 2024, 2023 cedeu, foram consignado e FGTS. Ao passarmos a ceder menos em 2024 a carteira como um todo, isso significa que a carteira do FGTS também vai crescer ao longo de 24.

Brian Flores: Perfeito, Carlos, obrigado.

Operador: Obrigado. Nossa próxima pergunta vem do senhor Eric Ito, do Bradesco BB. Por favor, pode prosseguir.

Eric Ito: Bom dia, Cadu e Inácio, obrigado por pegar minha pergunta aqui. Tenho duas rápidas. A primeira eu queria entender um pouco, fazer um follow up sobre crescimento de carteira de crédito, Cadu comentou sobre avanço significativo esse ano. Então queria pegar um pouco mais de cor. Assim, se puder quantificar quanto que estão esperando de crescimento de carteira pra esse ano e se a gente pode pensar aqui com uma leve expansão de lucro para os próximos trimestres aqui,

dado que vai ter uma operação de safra um pouco mais rentável, ou se talvez o resultado seja um pouco mais baixo, pode limitar um pouco esse crescimento e aí o lucro deve vir mais em 25. E a segunda pergunta aqui sobre qual a visão de vocês sobre o ROI sustentável do Banco, tirando o CDB do Mineiro, que o Inácio comentou que vai trazer 2% de ROI, sendo uma operação mais normalizada, com um resultado e mitigação já otimizados na visão de vocês e se a gente já pode atingir esse nível de ROI em 25. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Obrigado pelas perguntas, Eric. Primeiro, nós não damos *guidance* aqui no banco. O que eu posso falar é que o lucro pra 2024, a gente quer uma melhor de aumento, lembrando que ao você ceder menos e que a gente vai ceder muito menos ao longo de 2024, ele afeta o resultado de curto prazo e melhora o resultado de médio prazo. Então, aos cedermos menos, isso afeta o resultado de curto prazo. Porém, como a gente está com safras melhores, indicadores melhores, ganhando eficiência em custo, esperamos que mesmo com uma redução importante na quantidade de cessão, a gente vai ter um lucro maior, espera ter um lucro maior em 2024, quando comparado a 2023. Para 2025, a nossa expectativa é que aumente. Você já tem uma quantidade de carteira muito maior retida até o final de 2024. Quando você fala em ROI sustentável, nós acreditamos que 2025, no máximo 2026, acho que mais pra dentro de 2026, o ROI sustentável do banco é algo próximo de 21, 22% de ROI. Mais pra 2025, 2026, mais pra 2026. É isso que a gente busca aqui. Obviamente que é um caminho a ser percorrido e um caminho importante para a gente é a integração, como eu falei lá no final, é integração de tudo o que a gente está construindo, relação de diferentes canais com diferentes produtos e trazendo também a transacionalidade que a gente vinha evoluindo.

Eric Ito: Prefeito. Obrigado, Cadu.

Operador: Obrigado. Lembrando que caso deseje fazer alguma pergunta, por favor digite asterisco um ou através do chat localizado no canto inferior direito da plataforma de webcast. Não havendo mais perguntas, eu gostaria de passar a palavra ao senhor Carlos Eduardo para as considerações finais.

Carlos Eduardo Guimarães: Muito obrigado a todos pela participação aqui em mais uma conferência e esperamos aqui ter conforme falado ao longo da nossa apresentação aqui um ano de 2024 melhor do que foi o ano de 2023. Esperamos vocês aí na próxima divulgação de resultados. Obrigado.

Operador: Obrigado. A teleconferência do Banco Pan está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.

Legenda:

(inint) [hh:mm:ss] → palavra ou trecho ininteligível.