

**Local Conference Call
Banco Pan (BPAN04)
Resultados do 3T22
3 de novembro de 2022**

Operador: Bom dia senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco PAN para discussão dos resultados referentes ao terceiro trimestre de 2022. O áudio e os slides desta teleconferência estão sendo transmitidos simultaneamente pela internet no site de RI da companhia 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 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.

Essas previsões emitem opinião unicamente na data em que são feitas e a companhia não se obriga atualizá-las.

Estão presentes hoje conosco o **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.

Operadora: Senhoras e senhores, por gentileza, aguardem.

Senhores palestrantes, por gentileza, podem iniciar a palestra.

Carlos Eduardo Guimarães: Bom dia todos, muito obrigado pela presença em mais um *call* de resultados do Banco Pan.

Começando pelo slide 2, neste trimestre o lucro, carteira de crédito e indicadores de inadimplência permaneceram estáveis mesmo em um cenário econômico desafiador. Desde o final do terceiro tri de 2021, antecipamos o ciclo de crédito e



adotamos uma postura mais conservadora na originação, o que pode ser visto principalmente na nossa carteira de cartão de crédito.

Diversificação sempre foi um dos pilares da nossa estratégia, endereçando, assim, as necessidades dos nossos clientes e garantindo a sustentabilidade do banco no longo prazo.

Indo agora para o slide 3, ao final do terceiro tri atingimos 22,2 milhões de clientes e R\$36,2 bilhões de carteira de crédito. Ao longo do terceiro tri o volume total transacionado por nossos clientes na conta corrente e em cartões foi de R\$22,1 bilhões. Nosso lucro líquido ajustado foi de 193 milhões e o ROI ajustado de 11,7% ao ano. Cabe ressaltar que temos uma Basileia de 16,6%, tudo *core capital*, nível bem confortável para enfrentarmos o atual momento, podendo ser reduzido e otimizado com a evolução do cenário macroeconômico.

Passando agora para o slide 4, o que esperamos para o ano que vem: um aumento da nossa carteira de crédito e redução da inadimplência como consequência de um melhor cenário econômico, maturação das safras de crédito recém-originações e a assertividade no gerenciamento de risco. Esperamos também uma margem líquida de custo de crédito melhor com aumento da carteira em novos produtos colateralizados com melhores *spreads* sem aumento esperado mix de produtos *clean*, além disso, uma evolução da nossa eficiência operacional com despesas controladas e aumento da receita e, por último, aumento no engajamento de nossos clientes com maior recorrência, recomendação e utilização dos nossos produtos e serviços.

Passo agora a palavra para o Inácio, que vai falar sobre os números do trimestre.

Inácio Caminha: Bom dia a todos. Indo lá para o slide 6, a gente vê aqui como foi a evolução dos clientes totais do banco, totalizando 22,2 milhões no final desse terceiro trimestre, crescendo 47% em 12 meses. No slide seguinte, no slide 7, a gente vê o detalhe dos banking clientes que a gente chegou a 17 milhões de clientes, e aí expandindo essa base de clientes com o CAC também bem controlado, R\$34 aproximadamente por cliente, de forma que a gente vem conseguindo crescer a nossa base de maneira bem eficiente.

Quando a gente olha algumas métricas de engajamento, a gente já vê bons indicadores ali no slide 8, especialmente para esse momento, e novas entregas de produtos também trazem mais potencial para que esses indicadores sigam evoluindo. A gente fechou o trimestre com 52% de clientes ativos, *cross-sell index* 2,5 produtos por cliente ativo, chaves Pix a gente totalizou 7 milhões de contas com chaves Pix, e o volume transacionado de 22,1 bilhões nesse trimestre.

Quando a gente olha, por exemplo, seguros, no slide 9, a gente vê uma evolução importante, a gente teve no final do segundo tri a disponibilização do seguro FGTS dentro do aplicativo, então a gente não tinha visto ainda o efeito inteiro e agora a gente teve o terceiro trimestre trabalhando o tempo todo com esse produto, então a gente deu um salto ali de quantidade clientes com seguro, chegou a 2 milhões no total do banco, sendo que 870.000, 2 *banking clients* apenas, que aí é um crescimento forte em 1 ano.

Quando a gente vê no slide 10, a gente tem os clientes né do banking que têm crédito totalizando 6,4 milhões de clientes e a gente tem visto um crescimento através de produtos colateralizados bastante linha com a nossa estratégia de diversificação, a gente já tem uma oferta completa hoje de crédito, seja colateralizado, também os produtos *clean* dentro do aplicativo, e a gente vem cada vez mais numa jornada de ampliar engajamento com esses produtos e novos serviços.

E aí falando de serviços, por exemplo, no slide 11, a gente tem o nosso marketplace, a gente agora já disponibilizou a experiência da plataforma Buscapé dentro do nosso aplicativo, antes a gente tinha uma versão inicial que a gente tinha colocado no ar no ano passado logo na sequência da aquisição e a gente vem agora com essa versão, com essa experiência bem mais completa mostrando a sinergia entre as plataformas, tudo isso permitindo uma compra bem mais fluida, como crédito contextualizado, a gente já tem o Pix parcelado, por exemplo, para os nossos correntistas e a gente vê isso como uma alavanca bem bacana de engajamento.

No slide 11 a gente também já mostra outra forma de engajamento, o de sinergia entre as plataformas, então agora dentro da plataforma Mosaico a gente tem a estrutura de crédito, a oferta integrada dentro da plataforma, isso reforça toda a fluidez, trazendo produtos inteligentes de forma que o cliente consiga adquirir não só os produtos que ele está buscando na plataforma, naturalmente, mas também os nossos produtos de crédito, por exemplo. E para o quarto trimestre a gente vai ter o *Buy Now Pay Later* inclusive para não correntistas. Então, mostra como que a gente vem melhorando essa experiência e tornando cada vez mais essas plataformas conectadas.

No slide 13 a gente tem mais alguns dados ali de Mosaico, a gente vê uma evolução importante de *take rate*, por exemplo, e de receitas, a gente vem priorizando a evolução de receitas ao invés de GMV simplesmente, e aí, na prática, a gente tem essa integração de crédito com *Buy Now Pay Later*, que eu comentei, a gente também segue observando um perfil de clientes bem complementar que amplia a nossa base com clientes com maior perfil de renda e isso permite a gente ofertar mais produtos e serviços, e mesmo se a gente olha a Mosaico de forma

mais isolada, a gente também já tem uma empresa acima de *breakeven* com foco nesse *take rate* gerando cada vez mais resultados.

Falando agora um pouco de margens e crédito ali no slide 15, a gente vê a margem financeira líquida de custo de crédito em patamares importantes ainda de rentabilidade, a gente está operando com bons *spreads*, a margem ela vem se recuperando e um pouco do que o Cadu comentou, esses novos produtos vão contribuir para a gente seguir dando sequência nesse crescimento, e fechou o trimestre aqui em 12,6%, a carteira ali em 36,2 bilhões.

Falando um pouco de inadimplência no slide 16, a gente segue com um mix conservador, então apenas 12% dos produtos são *clean*, e quando a gente olha os índices de inadimplência, seja de 15 a 90 ou *over 90*, eles estão se comportando também como a gente já havia comentado e a expectativa se mantém ainda de uma de uma estabilidade até o final do ano e vendo um cenário de melhora pra 23. Então, 15 ou 90 a gente fechou o trimestre em 8,4% e *over 90* em 6,8.

Falando um pouco dos destaques financeiros no slide 18, a margem financeira como um todo fechou o trimestre em quase 2 bilhões, 1,928 bilhões, à 17,9%, a gente vê um nível bem robusto de margens. Falando de despesa de PDD líquida de recuperação seguiu estável, assim como a gente vê os *overs* e imagina também uma melhora para o para o ano que vem, as despesas como um todo vêm acompanhando os níveis fortes de originação, a gente teve nesse trimestre, por exemplo, o cartão benefício, que ajudou os volumes de originação, a gente vai comentar um pouco mais pra frente, e aí quando a gente está falando de rentabilidade a gente manteve um lucro ajustado de 193 milhões com um ROI de 11,7, mostrando aqui acho que uma resiliência grande do *business* e uma diversificação que suporta isso tudo.

Originação no slide 19, a gente vê claramente acho que uma mudança de patamar desde que a gente começou a trabalhar com banking, com a conta trazendo mais produtos e diversificando as ofertas que a gente tem para os nossos clientes, a gente totalizou quase 7 bi e 700 nesse terceiro tri, o FGTS recuperou já um pouco do que a gente tinha observado no trimestre passado, veículos também totalizou ali 2 bi e 400, avançando no trimestre, já vendo carteiras com uma performance bacana, e na parte de consignado a gente vê um aumento puxado aí pelo cartão benefício, foi praticamente 1 bilhão só do INSS, fora de outros convênios que a gente também vem fazendo.

E aí no slide 20 a gente tem a carteira como um todo, a nossa postura conservadora se reflete aqui nesses dados, então 88% da carteira com colateral e a gente vê ainda um percentual de renegociação bem baixo, nosso *driver* aqui é seguir com uma cobrança bem ativa e tendo essas operações de forma super

pontual. Dos 36,2 bi, a gente tem 44% de carteira de veículos, 43 ali entre consignado e FGTS e aí 12% só de carteira de *clean*, principalmente de cartão de crédito, cartão que a gente inclusive recuou do trimestre passado para esse agora, corroborando aqui a nossa estratégia conservadora de atuação nesse produto nesse momento.

E aí trazendo um pouco mais de detalhe de consignado e FGTS no slide 21, nos empréstimos consignados a gente manteve um volume importante, 940 milhões por mês nesse terceiro tri, o cartão consignado subiu bem essa média mensal, que na verdade ficou concentrada em setembro basicamente, quando entrou o INSS no ar, que a gente fez 1 bilhão só desse produto. O FGTS também avançou, a gente fez uma média de 340 milhões por mês, mas na margem já trabalhando com volumes maiores, e acho que esse ponto do cartão benefício, por exemplo, ele reforça a nossa agilidade quando tem novos produtos, assim como a gente viu no ano passado com o FGTS, a gente vem conseguindo capturar bem essas oportunidades.

A carteira isolada desse produto avançou de 2.3 bi para 3.4, a gente vê no gráfico em cima na direita, e mesmo quando a gente olha o mix de origem por tipo de convênio, o federal segue superforte ali com 94%.

No slide 22 a gente tem os detalhes de veículos, Mobiauto já representa 7% dos financiamentos que a gente originou no trimestre, esse número era, enfim, zero a pouco tempo atrás e a gente vem conseguindo trabalhar bastante a integração dessas plataformas. A gente vem ampliando também o número de lojistas que estão plugados na plataforma da Mobiauto, a gente triplicou isso em um ano e, na prática, a gente começa a ver uma evolução do volume de origem, já foram 803 milhões de médio mensal nesse trimestre e a carteira finalizou ali em 16 bi praticamente e ainda tem o *car equity*, que é um produto bem interessante que já tem uma experiência no aplicativo, que vai sendo aprimorada, mas traz mais uma forma de a gente seguir expandindo carteira e portfólio com produtos colateralizados e fazendo uma venda superinteressante para os clientes também.

No slide 23 a gente tem uns detalhes de cartão, a gente ainda está bem conservador, seja na emissão que a gente fez 170.000 novos cartões no trimestre, mas também na gestão dos limites que já existem, a gente viu ali um o volume de TPV de 5 bi, praticamente 80 milhões de receitas com esse produto, e a carteira fechando o trimestre em 3,8 bilhões.

Seguros no slide 24, a gente vê novamente a evolução para 2 milhões de clientes com apólices ativas, o FGTS foi o que trouxe esse movimento de crescimento mais forte mostrando aqui que a gente bastante oportunidade para seguir

capturando com os nossos clientes e ofertando cada vez mais tipos de seguros em todos nossos canais.

Falando um pouco da captação no slide 25, a gente tem visto o movimento acho que de ampliação, mas não só com canais que a gente já tinha, mas diversificando também com novas fontes, e tem um movimento que já vem acontecendo há bastante tempo de redução do custo por uma percepção de risco cada vez melhor, naturalmente tem uma influência grande a consolidação no BTG e a gente já vê *ratings triple A*, seja na S&P, na Moody's, e uma conexão interessante aqui com a aquisição da Mosaico que isso vem trazendo um cliente com um perfil de renda maior, que traz mais potencial para a gente começar a expandir numa velocidade maior depósito à vista e depósito a prazo capturando as sinergias com esse público.

Falando de capital no slide 26, a gente segue com uma base superforte, 16,6 de capital principal, e isso suportado também por uma geração interna de capital que a gente vem dando sequência aqui no banco, e isso tudo dá bastante suporte para a nossa estratégia de crescimento, especialmente para o ano que vem com um cenário menos complexo do que a gente viu em 22.

E aí, ao longo do desse último ano, na prática, a gente fez um trabalho superimportante de expansão de base de clientes com perfil complementar, a gente vem também aprimorando a experiência nas nossas plataformas, e aí com isso a gente quer cada vez mais se posicionar como um dos maiores especialistas, seja em consumo, seja em crédito, e com os clientes cada vez mais engajados.

E aí, para concluir, a gente traz aqui alguns algumas informações da nossa agenda ESG. A gente começou isso há 2 anos e vem evoluindo e conquistando avanços importantes. A gente, do lado de transparência e governança, a gente já vem há 2 anos com o nosso relatório anual sendo publicado, trazendo mais transparência e mais informações sobre como esse tema impacta o banco e como a gente consegue contribuir na sociedade. Em termos de selos, ou reconhecimentos, a gente tem visto conquistas superbacanas, a gente teve agora em setembro o prêmio de *top five no Great Place to Work*, de instituições financeiras, a gente ficou bem satisfeito com esse patamar que a gente vem alcançando e vem melhorando a cada ano, e do lado de impacto ambiental e produtos, já somos carbono neutro, a gente também trouxe há alguns trimestres o lançamento do Saúde Pan e a gente também tomou, por exemplo, uma linha de financiamento com o BID, foram US\$150 milhões, que traz aqui apoio para microempreendedores e dando e dando mais capacidade para os nossos clientes conseguirem financiamento, e a gente vem trabalhando em novas frentes nesse sentido também.

Então, com isso a gente concluiu o *call* e abre espaço para as perguntas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operador: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Caso deseje fazer uma pergunta, por favor, digite *1. Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando*2.

A nossa primeira pergunta vem de Gustavo Schroden, Bradesco BBI.

Gustavo Schroden: Bom dia, pessoal, vocês podem me ouvir?

Inácio Caminha: Sim!

Gustavo Schroden: Ah, está bom! Bom dia, pessoal, obrigado pelo *call*. Vou fazer 2 perguntas. Primeiro, queria discutir com vocês a cessão de crédito, mais ou menos 3.8 bi de cessão, por aí 3.8 bi, versus uma originação do 7 bi e pouco também, a gente está chegando à conclusão de que o banco está fazendo uma cessão aí de mais ou menos metade da originação. Eu queria entender, primeiro, quais as carteiras que estão sendo cedidas aqui e se essa estratégia de vender metade da originação tem a ver com o custo de *funding* dado que a gente vê lá quando vocês mostram uma diferença de NIM com ou sem cessão de crédito.

Eu queria entender um pouco melhor essa estratégia da cessão de crédito, quais são os produtos e se isso quer ver com custo de *funding*.

A minha segunda pergunta é relacionada às despesas com provisão mais pensando no ano que vem, né. O Cadu apresentou lá umas perspectivas para o ano que vem e as perspectivas são de melhora na inadimplência. Então, a minha pergunta aqui é como que a gente pode pensar em *cost of risk*? A gente pode trabalhar com despesa com provisão *flat* o ano que vem pra gente também tentar pensar aqui como é que seria o *coverage ratio* mantendo um *coverage ratio* aí mais ou menos de 85%? Enfim, qualquer informação a respeito como a gente pode pensar nas despesas com provisão do ano que vem considerando essa melhora de inadimplência também ajuda. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Bom dia, Gustavo, obrigado aí pelas perguntas. vamos começar aqui pela cessão de crédito. Primeiro, a gente as cessões de crédito são de basicamente carteira de FGTS e de consignado de nada de veículo. Cessão de crédito sempre foi um *business* nosso desde muito tempo atrás, que a gente utiliza para otimizar *funding*, otimizar capital. Então, essa é basicamente a nossa estratégia e ela vem de longa data. Como o Inácio comentou anteriormente, não tem muito a ver nesse momento com o custo de *funding* porque nós hoje

somos *triple A*, a gente tem feito... a nossa área de captação aqui tem evoluído de maneira bem significativa não só com a quantidade de dinheiro captado, mas também com preços e prazos. Então, nesse sentido aí, as coisas estão caminhando superbem. Então, menos com o custo de *funding* e muito mais com uma opinião sobre o preço da carteira que está sendo cedida, que é um preço que a gente acha bacana, e também sobre uma questão de quantidade de capital e alavancagem para um momento de um cenário mais volátil, como o que a gente está vivendo agora. Então, muito menos *funding* neste momento, quase nada *funding*, e mais uma questão de preço de venda e alavancagem para esse cenário.

Então, essa aí era a primeira pergunta. Com relação à segunda pergunta, despesa de provisão, nós esperamos que caia pra frente. A gente olhando os últimos trimestres e olhando o que tem aí para o quarto tri, a partir do ano que vem a gente espera uma redução da despesa de PDD. Lembrando que, como você comentou, o nosso *coverage ratio* é de 85% só que a nossa carteira ela tem 88% é colateralizada, e mesmo dentro desse *coverage ratio* de 85%, a nossa carteira tem quase 50% de veículo, que tem uma boa recuperação mesmo depois daquilo que entrou em *over 90*. Então, é um nível confortável para o banco, se você pegar o histórico, está mais ou menos neste patamar e com a quantidade capital que a gente tem, o mix da nossa carteira, nós achamos um nível super adequado esse de 85%. E olhando pra frente, nós esperamos, sim, no ano que vem, ter uma redução relevante de despesa de PDD e de indicadores de inadimplência.

Na nossa opinião, isso vai vir principalmente na carteira de cartão de crédito, que a gente tem segurado essa carteira em próximo de 4 bi com uma redução pequena aí no último trimestre e olhando para o mercado ainda é um segmento que vai sofrer um pouquinho mais pra frente, e a gente desde o quarto tri do ano passado a gente vem segurando a originação, não só segurando a originação, mas também fazendo um movimento importante de redução de limite. Tudo isso porque a gente acha que é um segmento que vai sofrer mais aí nesses momentos voláteis que a gente está vivendo.

Gustavo Schroden: Perfeito, Cadu. Se eu puder só fazer um *follow-up* rápido ainda na cessão de crédito. Você consegue passar pra gente qual *spread* médio que você ganha, que você está ganhando atualmente nessas cessões? E se puder até fazer uma comparação talvez com o ano passado.

Carlos Eduardo Guimarães: Ó, assim, no último tri foi próximo de 12% o resultado na cessão, e quando a gente olha para o ano passado, ele está maior do que o ano passado, razoavelmente maior do que o ano passado, que era próximo de 6-7%, aproximadamente isso. então, são resultados melhores dado que recentemente a gente teve um retorno dos *spreads* de consignado, principalmente consignado, mas também do FGTS. Isso tudo bate na hora da margem da cessão.

Gustavo Schroden: Perfeito, super claro, Cadu. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Beleza, obrigado, Gustavo.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Pedro Leduc, Itaú BBA.

Pedro Leduc: Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. A primeira vem em questão da despesa operacional, é uma queda legal em algumas linhas, principalmente nas despesas com originações e comissões apesar de uma originação bem maior tri a tri. Isso é reflexo de menor percentual de comissionamento ou o canal próprio de vocês ganhando muito mais relevância na originação?

Carlos Eduardo Guimarães: Boa, Leduc, obrigado pela pergunta. Na verdade, ela é uma combinação dos 2, então cada vez mais a gente tem evoluído aqui na originação de canal próprio e também sempre tentando otimizar a questão de pagamento de comissões. Então, como você pode ver aí nos últimos trimestres, a gente tem conseguido fazer uma originação maior e mais ou menos com o mesmo custo. E como eu falei anteriormente, para o ano que vem a gente espera, sim, uma manutenção de custos muito próximo dos patamares atuais e um ganho nas receitas, o que vai nos dar um aumento da nossa eficiência operacional.

Então, sim, mas é originação B-2-C e um maior controle no nível de comissão para as originações B-2-B.

Pedro Leduc: Perfeito, obrigado. Eu volto pra fazer a próxima.

Operador: Com licença, temos uma pergunta vinda da plataforma de webcast, é de Carlos Daltoso, Eleven Research:

“A receita de serviços financeiros apresentou forte evolução no terceiro tri de 22. Poderiam dar mais detalhes sobre a evolução dessa linha no trimestre e qual a perspectiva para 2023? E também no slide 8, a métrica de engajamento de *cross-sell* apresentou relativa estabilidade, atingiu o pico ou novos produtos podem fazer a métrica de *cross-sell* mudar de patamar?”

Carlos Eduardo Guimarães: Boa, obrigado pelas perguntas aí, Carlos. Primeiro, com relação à receita de serviços, o crescimento desse ano foi principalmente pela maior contribuição da Mosaico e também com uma maior produção de veículos a gente teve maior venda de seguros em cima dessa produção. Então, esses são os principais efeitos aí que explicam o aumento da nossa receita desse trimestre, e o que a gente espera também na receita de serviço é continuar ampliando aí para o ano que vem.

Com relação ao slide 8, de *cross-sell*, *cross-sell index*, temos muitos produtos ainda a serem lançados, então a gente não acha que isso é um patamar que a gente vai ter para o ano que vem, esperamos também uma evolução na medida que a gente engaje os canais que a gente tem e que a gente conecte também os produtos que a gente está lançando.

Operador: Próxima pergunta vem por áudio e vende Pedro Leduc, Itaú BBA.

Pedro Leduc: Ótimo, obrigado pelo *follow-up*. Em relação principalmente à movimentação de carteira para 2023, eu entendo que vocês esperam crescimento de carteira. Como é que isso deve conversar ali com o ritmo de cessão?

E aí também na parte de cessão, entendemos que tem um parceiro que é mais relevante, se eu não me engano a Caixa, e se vocês pudessem nos contar um pouco já que isso é feito há muito, muito tempo, se o ritmo do acordo comercial, o ritmo de cessão ele se manteve ao longo do tempo e das várias gestões na Caixa. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Primeiro, a carteira de cessão aí ao longo do tempo, historicamente a gente fez sessão com a Caixa quando a Caixa era sócia do banco e também depois que a Caixa deixou de ser sócia do banco, a Caixa encara esse negócio de cessão como um negócio bacana para eles e rentável, e a gente também acha um negócio bacana para a gente e rentável. Então, a expectativa é que continue para o ano que vem.

Agora não tem nenhuma obrigação, nem do Pan ceder, nem da Caixa comprar, nós fazíamos transações *spot*, onde ambos têm que estar satisfeitos com o preço. É óbvio que a gente já tem uma experiência há algum tempo, um negócio com baixíssima volatilidade em termos de perda e que ambos estão satisfeitos com o que foi construído até agora.

Nosso trabalho aqui vem sendo ao longo dos anos também diversificar as contrapartes de cessão. Então, hoje a gente tem muito, a gente cede para várias outras contrapartes além da Caixa, então é dessa maneira que a gente encara a cessão e a cessão ela já aconteceu em diferentes governos, em diferentes cenários. Por quê? Porque no final tem-se o entendimento na Caixa que é uma operação rentável e bacana para eles. Então, com a mudança de governo que teve agora, o que a gente espera é que esse negócio continue lá dentro da Caixa porque no final é um negócio bacana.

E com relação à carteira de 23, nós esperamos um crescimento, a princípio uma quantidade menor de cessão porque obviamente com um cenário melhor a gente tem um conforto maior de ficar com um banco um pouco mais alavancado em

termos de carteira sobre patrimônio, então é por isso que a gente espera uma menor cessão para o ano que vem.

Mas, de novo, as cessões são feitas, são realizadas a bons preços para o Banco Pan e é um negócio que a gente tem, que otimiza e que nos dá liberdade para trabalhar melhor, gerenciar melhor capital e *funding*, que a gente quer continuar fazendo pra frente.

Pedro Leduc: Excelente, Cadu, esse é o histórico justamente e racional que eu buscava. Você pode nos atualizar rapidinho sobre o consignado Auxílio Brasil também? No último *call* foi bastante discutido, não sei se os desenvolvimentos desde então têm... como que isso tem impactado aí no apetite ou até o ritmo do produto?

Carlos Eduardo Guimarães: Primeiro, que, assim, nesse resultado terceiro tri não tem nada de produção de Auxílio Brasil. Auxílio Brasil começou a produção em outubro, é um produto que a gente está animado, a gente já fez aproximadamente R\$ 1 bilhão de produção, vê como um produto resiliente para frente porque basicamente qual é o grande valor desse produto aqui pra gente, principalmente para os nossos clientes? A gente fez uma pesquisa aqui com os clientes do banco, vários deles, vários dos clientes atuais do Pan, recebem Auxílio Brasil e fizemos basicamente 2 perguntas: se ele tinha interesse ou não, mais de 80% responderam que tinham interesse; e para que que eles utilizariam os recursos – isso é o mais importante –, eles utilizariam para pagar dívidas mais caras e/ou para empreender, isso somava mais do que 70%. Então, com uma taxa teto de 3,5%, um, por exemplo, um produto análogo que existe no Brasil, que é o microcrédito, que é originação do microcrédito, a taxa média de originação do microcrédito no mês passado foi 3,60% ao mês acima do que tem lá no Auxílio Brasil e a necessidade de essas pessoas empreenderem e pagarem dívidas mais caras foi o que nos moveu para oferecer esse produto, além de ser um produto que a gente acha que vai ter uma rentabilidade bacana para o banco.

Então, como tudo que a gente gosta de fazer, bom para o cliente e bom para o banco, 1 bilhão de carteira até agora a gente espera evoluir ainda mais com esse produto.

Pedro Leduc: Excelente, cara. Muito obrigado aí e sucesso.

Operador: A nossa próxima pergunta vem de Iuri Fernandes, JP Morgan.

Iuri Fernandes: Obrigado, pessoal, pela oportunidade. Bom dia, Cadu, time inteiro aí. Eu tenho uma dúvida só sobre, assim, a visão de vocês eu sei que é bem *high level* assim sobre política, essas mudanças de governo, assim, acho que se fosse pensar aqui de um lado positivo você pode pensar que é um governo mais focado

no social, mais transferência de renda, mais programas sociais tende a beneficiar mais as classes C, D e E, e isso de alguma forma beneficia vocês, mais renda disponível. Por outro lado, a gente fica com algumas dúvidas, assim, acho que tem um programa de renegociação de dívida que a gente não tem muita clareza como vai ser operacionalizado e a velha competição de bancos públicos, que eu acho que vocês já até estavam acostumados, produtos um pouco diferentes, a gente está discutindo aqui cessão, então não me parece que originação é um problema para vocês.

Então, eu queria colocar numa balança como que vocês veem, assim, vamos colocar lá, um governo um pouco mais focado no social de um lado e do outro lado, assim, talvez um pouco mais de competição de banco público? Como que vocês vão tentar balancear isso nos próximos [...]?

Carlos Eduardo Guimarães: Acho que cortou um pouco o final.

Iuri Fernandes: Não, era só sobre balancear esse lado social contra uma potencial maior competição de banco público, como que vocês veem isso aí para os próximos anos?

Carlos Eduardo Guimarães: Beleza. Assim, competição de banco público, né, na verdade, competição em geral, a gente está bem acostumado aí, sempre a gente trabalhou em ambientes bem competitivos, então é um banco digital, é um financiamento de veículos, é um consignado, é um cartão consignado, então a gente sempre trabalhou em ambientes bem competitivos, então essa questão de mais banco público ou menos banco público é algo que a gente, no curto médio prazo, não se preocupa muito por que vai estar dentro do nosso ambiente, que ele já é bem competitivo. Então, esse é o primeiro ponto.

E o segundo ponto que você falou de mais visão social do governo, mais classe C, D e E, a gente também não está vendo alguma coisa positiva ou negativa. Então, a eleição do novo governo, o que a gente olha para frente é que vamos continuar fazendo, é muito mais uma questão de melhora de ciclo econômico onde o novo governo, que já governou anteriormente, sabe muito bem o que é pra ser feito para desenvolver o país, que obviamente as questões fiscais, as questões de liberdade elas vão continuar sendo desenvolvidas.

Então, resumindo tudo, de uma semana para cá a gente não mudou a nossa cabeça que a gente tinha antes da eleição de domingo. A nossa cabeça é aquela cabeça daquela *macro view* que a gente passou para 2023, e ela não mudou de semana passada para essa. Obviamente, a gente está sempre muito antenado do que está acontecendo não só no Brasil como no mundo, e a gente pode fazer alguns movimentos táticos baseados em mudanças de cenário do Brasil ou no

mundo. Mas, resumindo isso, não mudou a nossa cabeça de semana passada pra essa semana.

Iuri Fernandes: Perfeito, super claro. Obrigado, pessoal.

Operador: A próxima pergunta vem de Gustavo Schroden, Bradesco BBI.

Gustavo Schroden: Oi, pessoal, obrigado por pegar uma outra pergunta minha. Eu queria falar um pouquinho da plataforma digital e como que está a originação mais especificamente de crédito consignado na plataforma. Eu até queria ver se dá para fazer um link aqui com as despesas, se já é possível a gente ver uma evolução da originação de consignado na plataforma digital que seja suficiente até para causar impactos positivos nas despesas, principalmente nas despesas de comissão. Se puder comentar um pouquinho, agradeço.

Carlos Eduardo Guimarães: Joia, obrigado aí, Gustavo, pela pergunta. Primeiro, eu vou separar essa questão do consignado em B-2-C e B-2-B. B-2-C é tudo aquilo que a gente origina diretamente e não paga comissão, e B-2-B é tudo aquilo que a gente paga comissão. Grandes números, a gente tem 80% no consignado, B-2-B, e 20% B-2-C. Até este momento, o B-2-C, o consignado, não estava dentro do nosso aplicativo, que entra agora no quarto tri. Então, o que a gente espera é uma escalada da nossa originação B-2-C, principalmente pela implementação do aplicativo agora e para frente isso aqui vai reduzir o custo que a gente paga para originar as operações de consignado.

A gente está bem animado com que a gente está construindo, obviamente não está tudo pronto, isso é uma jornada para colocar a venda de produtos, a autocontratação dentro do nosso aplicativo, e aí para que a gente possa ter um equilíbrio muito maior entre o B-2-C e o B-2-B no consignado, que está 80 B-2-B e 20 B-2-C, só que, por exemplo, a gente num outro produto, que é o FGTS, o FGTS a gente é 65% B-2-C diretamente e 35% B-2-B. O que a gente quer ter é maior equilíbrio no futuro entre esses 2 canais. A gente acha o canal B-2-B um canal escalável, custo variável e rentável, que a gente quer continuar a ter. O que a gente pretende evoluir que é no mix entre os diferentes canais, e isso a gente está animado de poder evoluir bem e começa o consignado agora no quarto tri dentro do nosso aplicativo.

Gustavo Schroden: Perfeito, super claro, obrigado mais uma vez.

Operador: Com licença, não havendo mais perguntas, eu gostaria de passar a palavra ao senhor Carlos Eduardo para as considerações finais.

Carlos Eduardo Guimarães: Bom, muito obrigado aí pela participação de todos, foi um prazer passar os resultados do banco, explicar cada vez mais não só dos



números do trimestre, mas daquela da nossa estratégia que vem sendo construída há algum tempo, e tem muita coisa ainda pra gente integrar para poder melhorar ainda mais o que a gente tem feito no banco. E qualquer pergunta que vocês porventura tenham, vocês podem tratar aqui diretamente com o Inácio e equipe.

Muito obrigado aí pela participação de vocês, bom dia.

Operador: Obrigado, a teleconferência do Banco Pan está encerrado. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom-dia.