



---

RELATÓRIO ANUAL

2021



O que a sua vida  
pede, o **Banco  
PAN tem.**

# Sumário

## 1

### Introdução

- 5 Mensagem do Conselho
- 7 Mensagem do CEO
- 9 Destaques de 2021

## 2

### Somos PAN

- 11 O PAN é pra quem faz acontecer
- 12 Nossa cultura, nosso jeito
- 14 Nossos produtos
- 16 Nosso foco é no cliente
- 18 Produtos e serviços focados no cliente
- 20 Inovação em produtos e parcerias
- 22 Compromissos e reconhecimentos
- 23 Nossos resultados em 2021

## 3

### Nossa jornada ESG

- 29 Onde estamos
- 30 Onde queremos chegar
- 31 Nossas bandeiras ESG
- 32 Nossos temas materiais e ODS prioritários

#### Pela inclusão e formação do brasileiro

- 38 Educação Financeira
- 39 Talentos
- 40 Diversidade e Inclusão
- 46 Treinamentos em Diversidade e Inclusão
- 49 Indicadores de Diversidade e Inclusão
- 51 Gestão de desempenho PAN
- 55 Desenvolvimento organizacional
- 63 Equipe PAN em números
- 64 Comunidade

#### Por um mundo melhor na prática

- 70 Foco no cliente
- 71 Cultura de centralidade no cliente
- 76 Fornecedores e Parceiros
- 78 Inventário de emissões
- 86 Ecoeficiência

## 4

### Anexos

- 110 Índice GRI
- 115 Nossos benefícios
- 117 Projetos e campanhas apoiados

#### Fazendo do jeito certo

- 90 Nossa cadeia de valor
- 91 Nossa governança
- 98 Gestão de Risco
- 103 Ética e Integridade

# 1

## Introdução

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



# Mensagem do Conselho

GRI 102-14

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

Queremos fazer mais, pra quem já faz acontecer.

Em 2020, aceleramos nossa jornada empreendedora e com o objetivo de transformar o PAN na instituição parceira dos brasileiros que buscam superar os desafios da vida e conquistar sonhos. Nos últimos anos, conversamos e entendemos nossos clientes, suas dificuldades e objetivos, trabalhando incansavelmente para trazer soluções e produtos adequados às necessidades do nosso público.

Em 2021, aprofundamos nossa jornada ESG, mapeando riscos, desafios e oportunidades nas esferas ambiental, social e de governança corporativa. Estamos construindo uma instituição ainda mais responsável e criando valor por meio de um relacionamento de confiança e transparência com todos os nossos *stakeholders*, garantindo governança e sustentabilidade em toda cadeia de valor.

Em um ano ainda conturbado pelos efeitos sociais e econômicos da pandemia da Covid-19, o PAN continuou a superar desafios, ajudando milhões de brasileiros a ingressarem no sistema financeiro e organizarem suas finanças de maneira consistente e informada. Para continuar ajudando cada vez mais brasileiros, expandimos como nunca nossa carteira de produtos, trazendo

novidades focadas em solucionar problemas reais dos nossos clientes, como o Saúde PAN, a Turbo PAN e o Empréstimo FGTS.

De modo a trazer ainda mais soluções com impactos positivos nas vidas de nossos clientes e seguir aumentando cada vez mais o número de produtos e serviços financeiros contextualizados, em dezembro de 2021, fizemos nossa primeira emissão com o BID Invest e captamos US\$ 150 milhões, destinado integralmente ao fomento do microempreendedorismo.

Como parte da Agenda ESG, revisitamos processos, políticas e práticas internas, investimos em treinamentos para colaboradores e parceiros comerciais e estabelecemos o Comitê ESG, instância de governança focada em fomentar o desenvolvimento sustentável dentro do PAN. Trouxemos também um novo olhar para nosso portfólio, mapeando externalidades de nossos produtos e operações e propondo soluções para mitigar eventuais impactos negativos das nossas atividades. Elaboramos nosso segundo inventário de carbono com reporte das emissões e, pela primeira vez, compensamos 100% das emissões de Escopo 1, 2 e 3 e calculamos e reportamos as emissões da nossa carteira de veículos financiada.

Nas próximas páginas, mostramos nossas prioridades, ações de impacto social, e o caminho que queremos seguir quando o assunto é a sustentabilidade do nosso negócio. Também trazemos nossas principais frentes de negócios sob um olhar crítico dos impactos sociais e ambientais de cada produto e serviço. Seguimos monitorando os riscos e impactos envolvidos no dia a dia do PAN. Neste relatório, trazemos a evolução das principais iniciativas de maneira transparente e por meio de métricas objetivas.

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



# Mensagem do CEO

GRI 102-14

Durante o ano de 2021, tivemos diversos marcos importantes para alcançar o nosso propósito de lançar um novo olhar para os desafios de todos que querem vencer os obstáculos da vida. **Investimos R\$ 1 bilhão em nossa estratégia, lançamos 11 novos produtos**, fizemos aquisições importantes e ajudamos milhões de brasileiros a conquistarem seus sonhos.

Olhando em perspectiva, foi um ano desafiador, continuamos a sentir impactos econômicos e sociais da Covid-19, porém estávamos preparados para superar os obstáculos com soluções eficientes e 100% digitais, resguardando a saúde dos nossos clientes e colaboradores.

**Hoje, somos um dos maiores bancos digitais do Brasil e, com um ritmo de crescimento acelerado, atraímos 46 mil novos clientes por dia útil em 2021, sendo grande parte destes originada de forma orgânica.** Fechamos o ano com mais de 12,7 milhões de *banking clients* e 17,1 milhões de clientes totais, ampliando a nossa base em mais de 9,5 milhões de clientes. Seguimos expandindo de forma relevante, atuando sempre com foco no nosso cliente.

Fechamos o ano com mais de 12,7 milhões de *banking clients* e 17,1 milhões de clientes totais, ampliando a nossa base em mais de 9,5 milhões de clientes.

Ampliamos nossa oferta de produtos e serviços de maneira contextual e alinhada ao perfil e necessidades dos nossos clientes. Além disso, implementamos soluções que facilitam a usabilidade do app, proporcionando uma melhor experiência na jornada do cliente. Ao longo de 2021, lançamos *features* para melhorar a segurança do app e proporcionar maior tranquilidade aos nossos clientes, como por exemplo o *login* por biometria facial e a dupla verificação. Somado a isso, fizemos o *deploy* de 11 novos produtos, transformando o nosso aplicativo. São eles: Recarga, PIX cobrança, Seguro Prestamista, EP FGTS, Turbo PAN (adquirência), Consignado *in-app*, Seguro Cartão, *Car Equity*, Seguro PIX, Cartão Buscapé e pré-aprovado de veículos.

Todos esses *deploys* de produtos, aliados à constante evolução do UX dos nossos canais, nos permitiram **alcançar altos níveis de engajamento, com 52% dos banking clients ativos e mais de 5,1 milhões de banking clients com produtos de crédito.** Isso se reflete em nosso *cross-sell index*, que fechou o ano em 2,6, e em nosso volume transacionado, que alcançou R\$ 44,4 bilhões.

Com o objetivo de atender ainda melhor às necessidades dos nossos clientes e garantir boas práticas em toda a cadeia de valor, anunciamos em setembro de 2021 a aquisição de 80% da Mobiauto, visando atuar em todos os momentos de compra de um veículo, desde a busca até o financiamento e aprimorando a experiência dos clientes com aumento do engajamento dos lojistas parceiros, num ecossistema impulsionado por tecnologia e contextualização de produtos e serviços. Ainda em outubro, anunciamos também a aquisição da Mosaico, de modo a criar um ecossistema completo e oferecer aos nossos clientes soluções de consumo atreladas a soluções financeiras, facilitando a jornada de compra deles.

Olhando para as nossas entregas, alcançamos objetivos importantes. Ampliamos nosso portfólio de seguros, concedemos mais de R\$ 26 bilhões em novos créditos, sendo R\$ 1,3 bilhão em financiamento de motos de baixa cilindrada - o que contribui para a receita familiar de milhares de brasileiros -, e lançamos um instrumento simples e eficiente para ampliar o acesso ao crédito, inclusive para pessoas negativadas, o Empréstimo FGTS. Além disso, estruturamos o Saúde PAN, democratizando o acesso à saúde preventiva no Brasil.



Estamos orgulhosos das nossas entregas e vamos continuar evoluindo a nossa plataforma completa, oferecendo Crédito, Banking, Meios de Pagamentos, Seguros, Investimentos e Marketplace, sem nunca deixar de dar prioridade às necessidades dos nossos clientes.

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

Em 2022, vamos continuar a trabalhar em prol de uma agenda de negócios sustentável, criando valor para as nossas partes interessadas e trazendo soluções contextuais para ajudar milhões de brasileiros a alcançarem seus sonhos.

**Juntos a gente vai lá e PAN!**

**Cadu Guimarães**  
CEO



# Destques de 2021

GRI 102-15

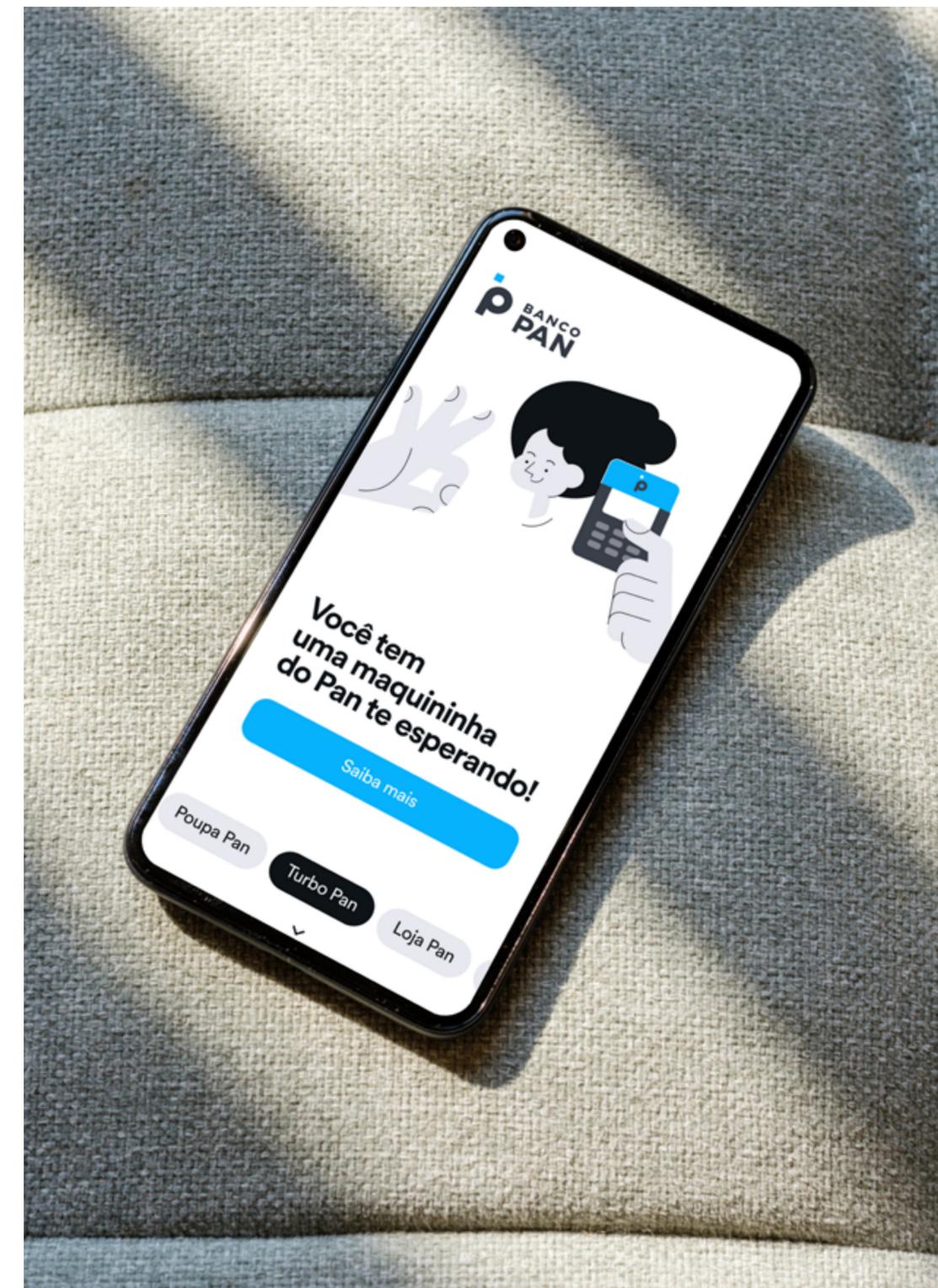
Ainda em contexto pandêmico, mas com o avanço das vacinações no país, continuamos a adaptação do nosso modelo operacional de forma a resguardar a saúde dos nossos colaboradores, mantendo os resultados e as boas práticas da nossa cultura.

O zelo pelos 3 pilares – nossos colaboradores, nossos clientes e o nosso negócio, seguiu em voga de forma a aperfeiçoar e consolidar as adaptações e mudanças do ano anterior. Asseguramos o bem-estar dos nossos colaboradores, que continuaram em *home office* durante o ano de 2021, apoiamos os nossos clientes através de um relacionamento 100% digital cada vez mais assertivo e mantivemos um negócio robusto a partir da nossa expertise na concessão de crédito, somada ao lançamento de melhorias no app de novos produtos no decorrer do ano.



Aliados ao desenvolvimento tecnológico ágil, aperfeiçoamos processos e entregas aos clientes, corroborados por um balanço sólido e índices de capital e liquidez elevados, mantendo a saúde financeira do banco.

Prosseguimos na trajetória de transformação ESG (sigla em inglês para Ambiental, Social e de Governança) por meio de desenvolvimento e treinamento, metas e projetos internos que continuam a proliferar em 2022, e acreditamos, veementemente, na sustentabilidade da nossa estratégia de negócios mediante o acompanhamento das melhores tendências internacionais do mercado.



# 2

## Somos PAN

Conectando nossos clientes com simplicidade e tecnologia, **transformando desafios em conquistas.**



# O PAN é pra quem faz acontecer

102-2 | 102-4 | 102-3 | 102-6 | 102-7 | 102-9

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

Com sede em São Paulo (SP) e mais de 3.100 colaboradores, seguimos ousando e empreendendo para transformar a vida dos nossos clientes por meio de produtos e serviços amparados pelo uso intensivo da tecnologia e do uso inteligente de dados.

Estamos sempre olhando para frente,  
juntos com o nosso cliente, onde quer  
que esteja.



Porque juntos, a  
gente vai lá e faz!

---

# Nossa cultura, nosso jeito

GRI 102-16

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

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

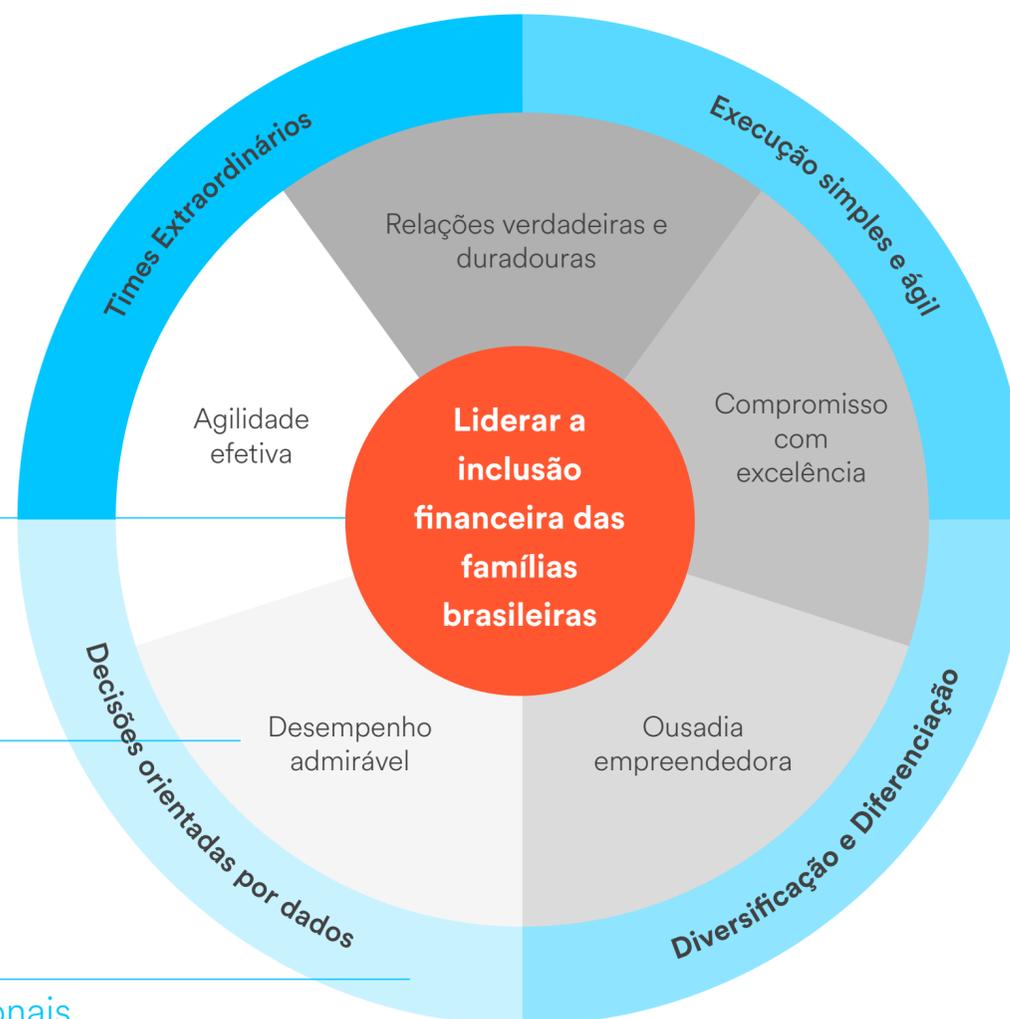


Modelo de Negócio PAN

Visão

Atributos Culturais

Pilares Operacionais



## A. Relações verdadeiras e duradouras

Sabemos o valor de uma relação bem construída e produtiva para ambos. Nutrimos nossas relações interna e externamente, com colaboração, transparência, empatia e compromisso com longo prazo.

## B. Compromisso com excelência

Somos incansáveis na busca por excelência em tudo o que fazemos. Trabalhamos duro e nos preocupamos em entregar sempre o que prometemos. Somos dedicados e jamais desistimos.

## C. Ousadia empreendedora

Somos protagonistas e pensamos grande. Desafiamos o *status quo* com autonomia e responsabilidade.

## D. Desempenho admirável

Nosso desempenho é consistente, diferenciado e admirado por todos. Criamos valor para todos os envolvidos com integridade e profissionalismo. Temos orgulho de ser PAN.

## E. Agilidade efetiva

Traduzimos o que é complicado e simplificamos tanto os processos quanto as relações entre as pessoas. Quebramos barreiras e burocracias.



Com o intuito de fortalecer cada vez mais a Cultura PAN rumo ao nosso propósito estratégico, contamos com uma agenda intensa para definir e reforçar quem somos e aonde queremos chegar.

Confira a jornada até aqui:

**1**

Diagnóstico com mais de 250 colaboradores de todas as áreas (Out/2020)

**2**

Definição do modelo de negócio pelo Comitê Executivo (Dez/2020)

**3**

Workshops para formação de toda a liderança (Abril a Jul/2021)

**4**

Formação dos Agentes PAN - líderes que se voluntariam para multiplicar a Cultura (Ago/2021)

**5**

Multiplicação para todo o time PAN (Set a Nov/2021)

Mais de

**450 horas**

foram dedicadas ao projeto de cultura em 2021:

**Comitê Executivo****46 horas**

(10%)

**Liderança****253 horas**

(56%)

**Equipe****155 horas**

(34%)

# Nossos produtos

GRI 102-2 102-7

Para nós, não basta oferecer uma plataforma completa de produtos, é importante compreender os desafios dos nossos clientes e ofertar, por meio de produtos e serviços, soluções para problemas reais e dificuldades do dia a dia das famílias brasileiras.

Atuamos em sete frentes, trazendo soluções para os principais desafios financeiros da atualidade.



## 1. Crédito

- Consignado
- Veículos
- Empréstimo Pessoal
- Empréstimo FGTS
- *Car Equity*

## 2. Banking

- Conta Corrente
- Cartão de Crédito
- Cartão de Débito
- Recargas
- PIX

## 3. Pagamentos

- Maquininha (POS)
- Link de Pagamento
- Pré-pagamento
- Crédito Fumaça

## 4. Seguros

- Prestamista
- Garantia Mecânica
- Assistência Moto
- Vida
- Perda de Renda
- Celular

## 5. Investimentos

- Poupa PAN
- Educação Financeira

## 6. Market Place

- Marketplace da Mosaico
- *Cartão Cobranded*

## 7. Saúde

- Saúde PAN

## 1. Crédito

Em Crédito, nosso objetivo é oferecer produtos inteligentes e contextualizados, especialmente desenhados para atender às necessidades dos nossos clientes, com uma experiência fluida. Nesse sentido, disponibilizamos crédito consignado, financiamento de motos e veículos, empréstimo pessoal com e sem garantia do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), entre outros produtos. Nessa frente, temos como objetivo aumentar a inclusão das famílias brasileiras, especialmente aquelas em situação de vulnerabilidade que precisam de soluções contextuais para alcançar seus objetivos. Oferecemos crédito consignado, Empréstimo FGTS, inclusive para negativados, e financiamos motocicletas de baixa cilindrada, contribuindo para a renda familiar de milhares de brasileiros.

## 2. Banking

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

## 3. Pagamentos

Já em Pagamentos, trazemos soluções completas para os microempreendedores e trabalhadores autônomos, utilizando o crédito e adiantamento de pagamentos como alavancas para ajudá-los a desenvolver seus negócios.

## 4. Seguros

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

## 5. Investimentos

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

## 6. Marketplace

Em 2021, expandimos nossa plataforma e agregamos o Marketplace às nossas frentes de negócios, por meio da aquisição da Mosaico e da oferta do cartão de crédito *cobranded* com o Buscapé e a Loja PAN. Ao integrarmos novas opções de pagamento e financiamento no Marketplace, conseguimos ampliar o acesso da população brasileira ao consumo, algo que planejamos fortalecer ao longo de 2022, com responsabilidade e transparência, transformando produtos de crédito em alavancas para a conquista de sonhos.

## 7. Saúde

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

Com esse foco, criamos o Saúde PAN, um novo jeito do brasileiro se relacionar com os serviços de saúde. O Saúde PAN oferece um atendimento de qualidade, 24h por dia através de telemedicina. Garante ainda mais de 800 postos de atendimento e exames rápidos em parceria com a rede Pague Menos, além de descontos em medicamentos e consultas médicas com baixo custo junto à AVUS. Tudo isso por menos de R\$ 10,00 por mês e com a possibilidade de extensão para até quatro dependentes sem custo adicional.

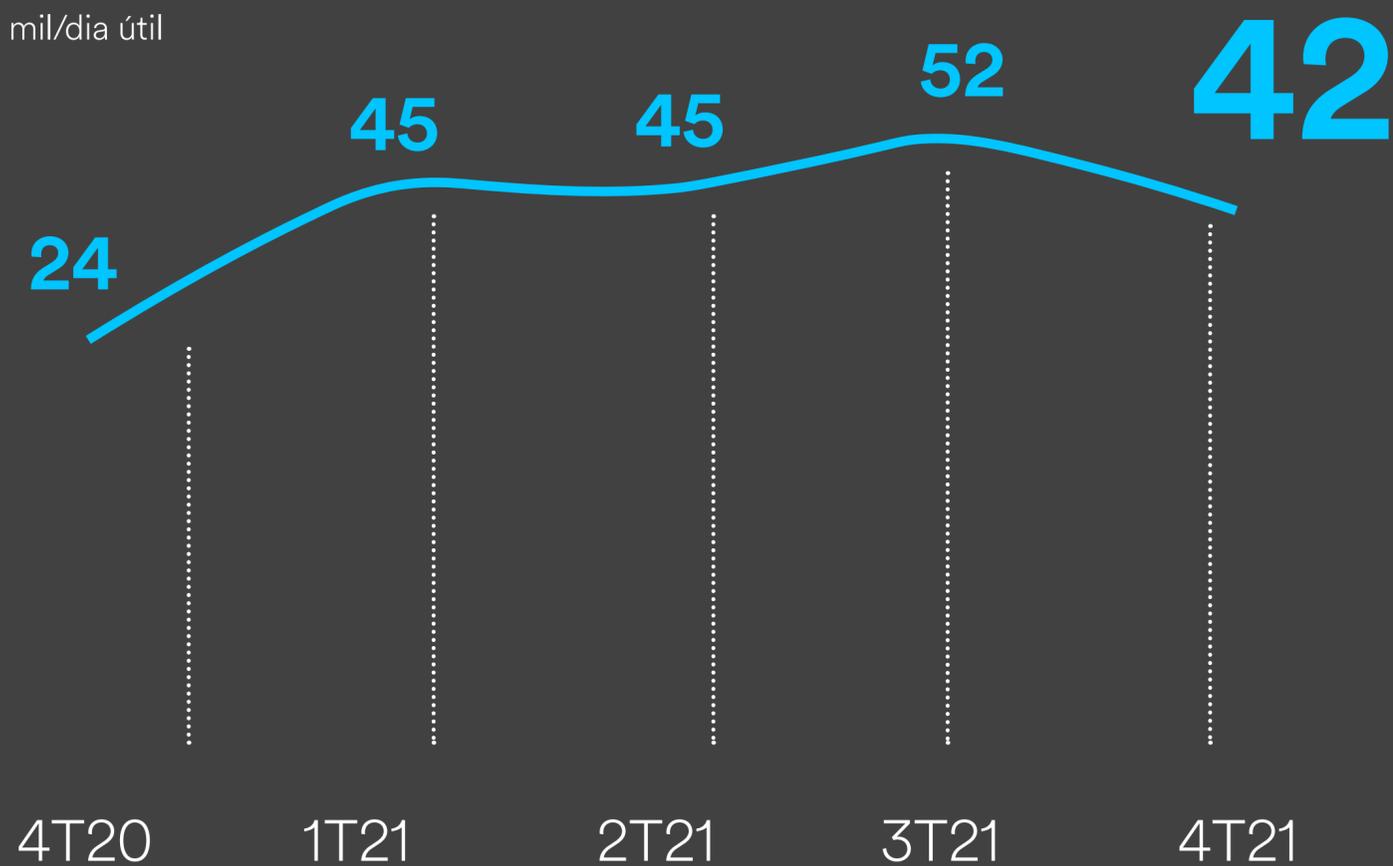
**Seguimos focados na diversificação dos nossos produtos e em desenvolver novas iniciativas que conversem com as necessidades dos nossos clientes, sempre impulsionados por tecnologia e por oferecer um ambiente totalmente integrado para eles.**

# Nosso foco é no cliente

GRI 102-7

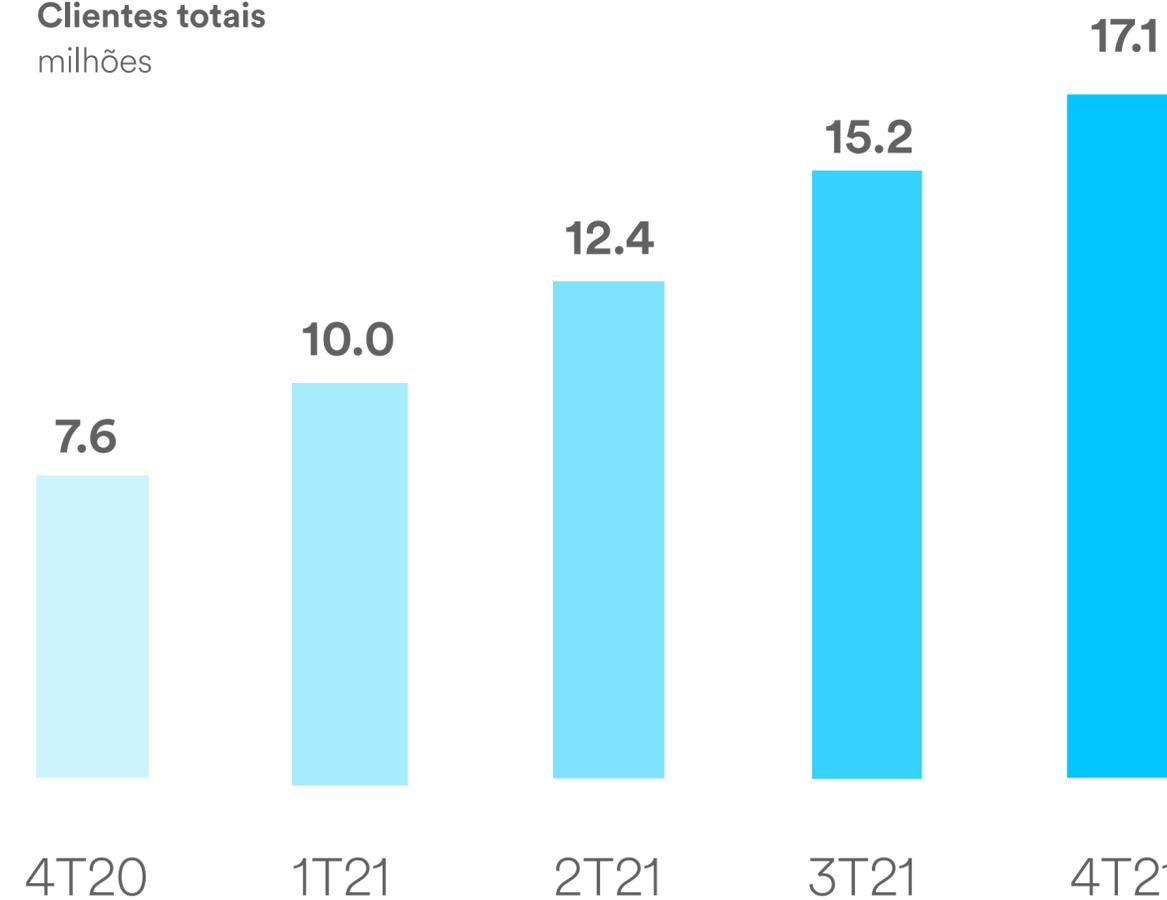
## Novos clientes totais

mil/dia útil



## Clientes totais

milhões



## Comunicação assertiva

No Banco PAN, o trabalho de design e experiência é feito sob a premissa HCD (*Human Centered Design*). Colocamos o cliente classe CDE no centro, buscando entender suas fragilidades sociais, financeiras e até mesmo educacionais. Nosso trabalho é pautado em potencializar transparência, compreensão e acessibilidade para o nosso cliente, além de pensar em tudo de forma financeiramente sustentável para a empresa.

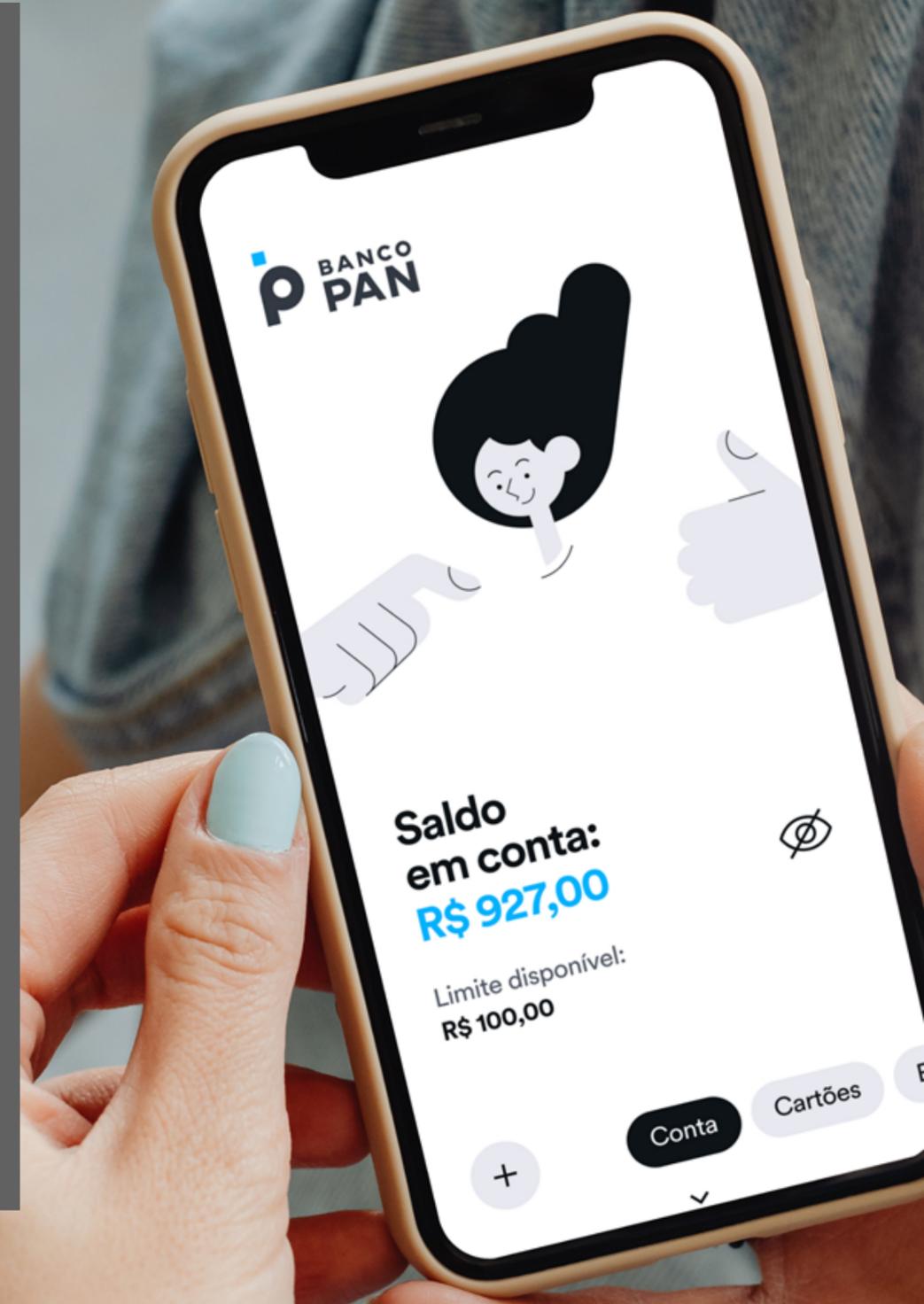
Nossa entrega é fruto de muita pesquisa de campo. O app atual contou com mais de 20 protótipos, validados com mais de 500 pessoas em diferentes regiões do Brasil. O time de design foi entender como vive e trabalha o nosso cliente, fazendo entrevistas no ônibus, na estação de trem, no centro das cidades, nas periferias. E esse trabalho segue a cada nova entrega que fazemos.

O resultado pode ser visto num aplicativo fácil de usar, acessível para pessoas com alguma dificuldade, seja de visão, motora ou até mesmo cognição.

Queremos ser a melhor experiência em *banking* para milhões de brasileiros. E não poupamos esforços para isso.

### Dentre as ações tomadas, podemos destacar:

- Interface pensada para uso com uma mão apenas;
- Elementos com bom tamanho, fáceis de tocar;
- Telas simplificadas, com pouco volume de texto;
- Uso de termos coloquiais, evitando conteúdo mais sofisticado ou de *banking*;
- Uso de fontes destacadas e telas com contraste relevante, apoiando pessoas com dificuldades visuais ou aqueles que possuem celulares mais antigos.



# Produtos e serviços focados no cliente

## Agilidade na entrega de valor para os clientes

O PAN utiliza metodologias ágeis no desenvolvimento de seus produtos e serviços. Tudo isso para entregar evoluções e novos produtos e serviços com mais rapidez e qualidade.

São mais de 330 colaboradores entre designers, engenheiros de software, engenheiros de testes e especialistas em produtos e metodologia ágil que são responsáveis por disponibilizar, juntos, uma nova versão do aplicativo em uma cadência média de 15 dias.

## Uma esteira de produto que potencializa nosso jeito de testar e o comprometimento dos times com a qualidade das entregas.

Na nossa esteira, após o mapeamento de novas oportunidades, refinamos os conceitos com as nossas equipes de produtos e desenhamos um primeiro *draft* de experiência. Essa experiência é submetida a testes exaustivos com nosso público-alvo e, após a validação da aceitação pelos nossos clientes, seguimos para a aprovação com a governança interna do PAN (jurídico, compliance e segurança). Na sequência, realizamos o desenho técnico respaldados pelo time de arquitetura Cloud do banco e seguimos para o desenvolvimento. Em paralelo, conduzimos alinhamentos com as áreas de clientes para garantirmos suporte e atendimento ideais, assim que o novo produto ou serviço esteja disponível.

Após o desenvolvimento, conduzimos uma bateria de testes em uma esteira automatizada com 40 combinações entre modelos de device e sistemas operacionais e, desde 2021, contamos com a comunidade interna de mais de 500 beta testers PAN para que estressem todos os cenários e emitam suas opiniões em um step adicional, após a conclusão dos testes técnicos.

Cada uma dessas opiniões é computada e avaliada pelo time de produtos para a implementação imediata ou futura, e os colaboradores PAN que participam do programa são recompensados com *BitPans* pelo seu engajamento na busca por bugs e melhorias.

Todos esses passos garantem segurança e compromisso com a qualidade de tudo o que é disponibilizado para o cliente.



## Obsessão por usabilidade e fluidez na experiência

Cada squad conta com painéis de atualização simultânea, nos quais o responsável pelo produto consegue acompanhar todo o funil e jornada dos usuários clique a clique. Isso nos dá subsídios para a tomada de ações rápidas, para propor melhorias na experiência do cliente, e para desenvolver iniciativas de aumento de conversão e aumento da satisfação dos usuários.

Jornadas fluidas



Clientes felizes



Aumento  
de jornadas  
completadas  
com sucesso

## Compromisso com a transparência

Trazemos em nossas experiências informações claras, condições de contratação de crédito detalhadas, letras grandes e explicações adicionais.

Tudo para garantir que o nosso cliente tenha completa ciência da transação que está sendo realizada ou do produto que está sendo contratado. Essa prática, além de garantir redução do *churn* na contratação de produtos e redução de ligações nas centrais, oferece subsídios para que os nossos clientes tenham confiança na tomada de decisão. Por mais contraintuitivo que isso possa parecer, nossa transparência funciona criando uma relação de confiança mútua que acaba no lock in dos clientes com os nossos produtos e serviços. Um exemplo disso é o número expressivo de mais de 1 milhão de brasileiros que já anteciparam seu FGTS no PAN por meio da autocontratação no app. Mais dinheiro circulando na economia, aumento do poder de compra e, de fato, a reafirmação do nosso compromisso em ajudar nossos clientes em suas jornadas de vida.



# Inovação em produtos e parcerias

GRI 102-40 | 102-42

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

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



## Facilitando vendas, transformando negócios: Turbo PAN

Em 2021, lançamos a Turbo PAN, maquininha de pagamentos que permite aos clientes receberem suas vendas em até 1 dia útil na conta digital, com taxas baixas e acompanhamento de vendas e recebimentos em tempo real pelo aplicativo.

Parte relevante dos nossos clientes possui atividades comerciais informais. Por esse motivo, desenvolvemos um produto inovador que não exige CNPJ e permite acesso a recebimentos de forma rápida e transparente. Assim surgiu a Turbo PAN, criada para turbinar as vendas dos nossos clientes.

A maquininha do Banco PAN permite aos clientes fazerem compras sem contato. Por meio da função de aproximação, algo que passou a fazer parte das nossas vidas com a pandemia da Covid-19. Com ela, é possível receber vendas tanto com a aproximação de cartões, quanto de outros dispositivos, como smartwatches e smartphones.

A maquininha é entregue diretamente para o cliente em até 15 dias com frete grátis e pode ser paga em até 12 parcelas. Não há cobrança de aluguel, somente as taxas competitivas para vendas, de acordo com o prazo escolhido para recebimento dos valores.

Até o final de 2021, vendemos mais de 50 mil maquininhas, ajudando milhares de trabalhadores autônomos a terem acesso a um meio de recebimento seguro, prático e barato, além de proporcionar maior acesso ao fluxo de caixa, para que empreendedores escalem seus negócios.



## Transformando a realidade de milhões: Saúde PAN

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

**Com valor fixo inferior a R\$ 10,00 por mês, o cliente terá direito a utilizar telemedicina, plantão online 24h, descontos em medicamentos, em exames e outros 29 serviços farmacêuticos da Pague Menos** (Clinic Farma), tais como aferição de pressão e realização de teste de gravidez e de glicemia nas mais de 800 clínicas farmacêuticas da Pague Menos em todo Brasil. **Além disso, as consultas presenciais contam com mais de 80 especialidades e custam a partir de R\$ 19,90. Os clientes terão acesso a mais de 20 mil profissionais de saúde espalhados por todo o país.**

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

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

O crédito é uma ferramenta importante para a inclusão financeira; ter recursos para investir em projetos pessoais, empreender e ajudar seus amigos e familiares é indispensável para alcançarmos nossos objetivos. **Foi pensando nisso que, em 2021, fomos o primeiro banco digital do Brasil a oferecer a contratação 100% *in-app* do empréstimo pessoal por meio do saque aniversário do FGTS.** Essa modalidade é especial, pois oferece recursos até para quem está negativado, devolvendo para muitos o acesso ao crédito.

Nosso time montou um fluxo simples de contratação, que direciona o cliente durante o passo a passo para autorizar o PAN a ter acesso aos recursos do FGTS – uma inovação que tem como principal responsabilidade criar produtos que ajudem no dia a dia do cliente. Ao final do ano, havíamos originado mais de R\$ 3,8 bilhões em empréstimos do FGTS para mais de 2,2 milhões de clientes. Isso é PAN!

## Consumo simples e responsável: Mosaico GRI 102-10

Queremos fazer parte da rotina dos nossos clientes, oferecendo ferramentas eficazes para ajudá-los em suas escolhas, proporcionando educação financeira e um melhor controle financeiro.

Por esse motivo, em outubro de 2021, o PAN anunciou a incorporação de ações da Mosaico, empresa detentora da maior

plataforma de conteúdo e originação de vendas do e-commerce brasileiro.

A integração já nos permitiu desenvolver um cartão de crédito *cobranded* com o Buscapé (marca da Mosaico) e a Loja PAN, além de expandir os negócios da Mosaico por meio de *cashback* e melhores formas de pagamento.

Nosso objetivo é desenvolver cada vez mais soluções de pagamento e recebimento para clientes e lojistas, de modo a garantir o acesso ao consumo pela população brasileira, utilizando o crédito como alavanca para a realização de sonhos.

Faremos isso ao lado do consumidor brasileiro em toda a sua jornada de consumo, com o propósito de simplificar cada vez mais a experiência, oferecendo conteúdo de alta qualidade, serviços de apoio e melhores formas de pagamento nas compras dos brasileiros.

Acreditamos que a qualidade do conteúdo e dos serviços, combinada à cultura com foco nos consumidores presente em ambas as empresas, faz com que tenhamos uma proposição de valor única para os clientes do PAN e da Mosaico. Em razão disso, nossos clientes engajam nossas marcas e acessam nossos serviços de forma frequente, o que nos permite construir relações de confiança de longo prazo.

# Compromissos e reconhecimentos

GRI 102-12 | 102-21

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



## Pacto Global Rede Brasil

Lançado em 2000 pelo então secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, o Pacto Global é uma chamada para as empresas alinharem suas estratégias e operações a 10 princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção, bem como o desenvolvimento em ações que contribuam para o enfrentamento dos desafios da sociedade. Em 2021, fizemos a adesão do PAN ao Pacto Global, nos comprometendo com os 10 princípios universais e com a Agenda 2030 da ONU.



## Top Employer 2021

Certificação que posiciona o Banco PAN como uma das melhores empresas para trabalhar em 120 regiões ao redor do mundo, com evidência de excelência nas práticas de Recursos Humanos (RH) oferecidas aos seus colaboradores. Para receber a certificação, respondemos uma pesquisa com mais de 400 questões qualitativas/quantitativas sobre as nossas práticas e passamos por um processo de auditoria do Top Employers Institute.



## GPTW Mulher 2020 e 2021

Em 2021, pela segunda vez consecutiva, entramos no ranking das melhores empresas para mulheres trabalharem no Brasil. Essa premiação da Great Place To Work (GPTW) reconhece fatores como o ambiente de trabalho, promoções, indicadores, participações nas tomadas de decisão e práticas das organizações. Em 2021, subimos três posições entre as melhores empresas e conquistamos a 4ª colocação entre as instituições financeiras.



## Great Place to Work

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



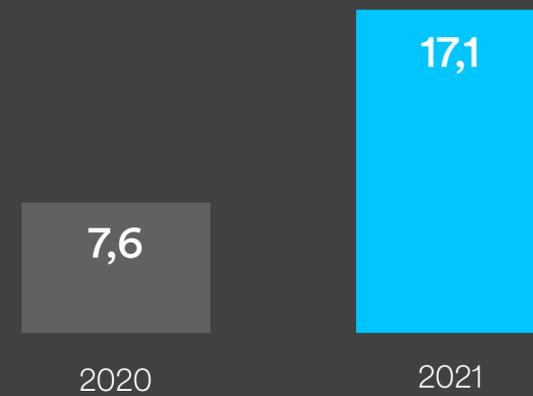
## Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs)

Nos tornamos empresa signatária dos Sete Princípios de Empoderamento das Mulheres da ONU Mulheres, compromisso público que assinamos em 2020.

# Nossos resultados em 2021

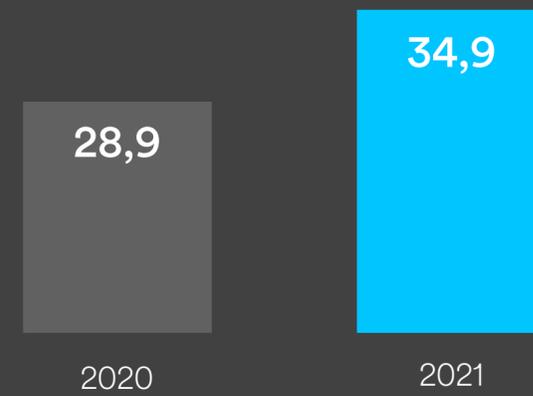
## Cientes totais

MM



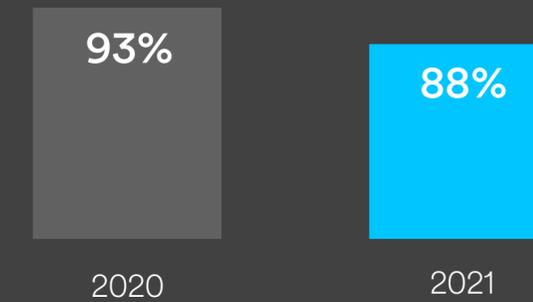
## Carteira de crédito

R\$ Bi



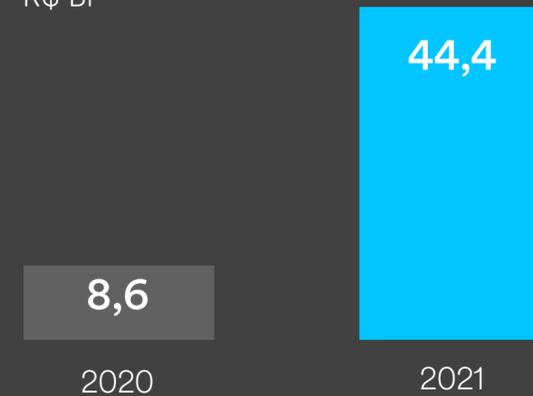
## Carteira colateralizada

%



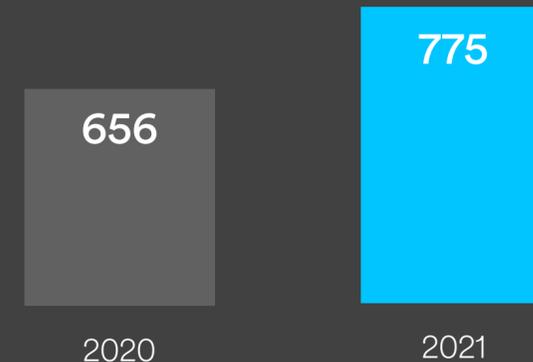
## Volume transacionado

R\$ Bi



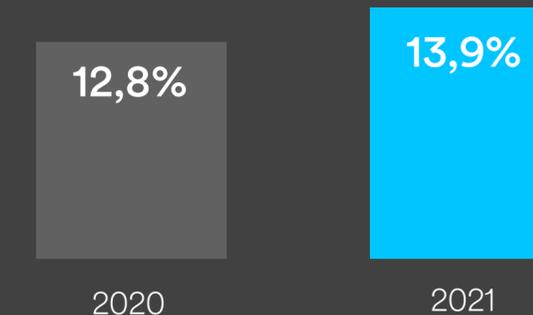
## Lucro líquido

R\$ MM



## ROE

%

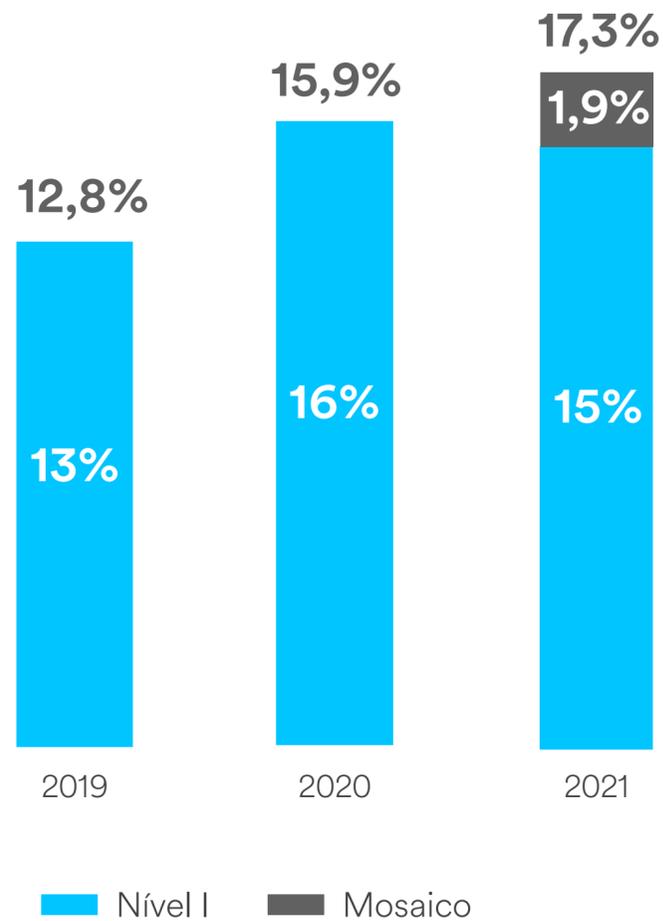
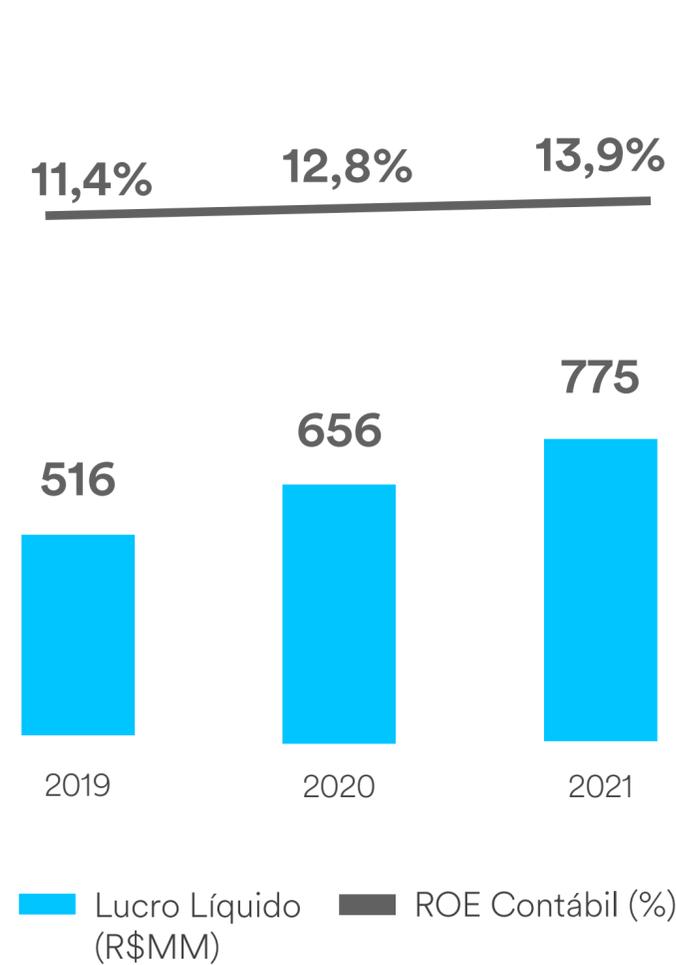


## Valor econômico distribuído

Em 2021, apresentamos resultados recordes, números que demonstram a assertividade na forma como conduzimos nossos negócios e o retorno de nossa estratégia digital iniciada em 2017.

Com um lucro líquido de R\$ 775 milhões e um ROE contábil de 13,9%, registramos um crescimento de 18% frente ao resultado de 2020.

Outro importante indicador da estrutura e governança do PAN é nosso Índice de Basileia, que encerrou 2021 em 17,3% se incluirmos a aquisição da Mosaico e 15,4% *stand alone*, níveis confortáveis, provendo segurança aos nossos clientes, acionistas e credores.



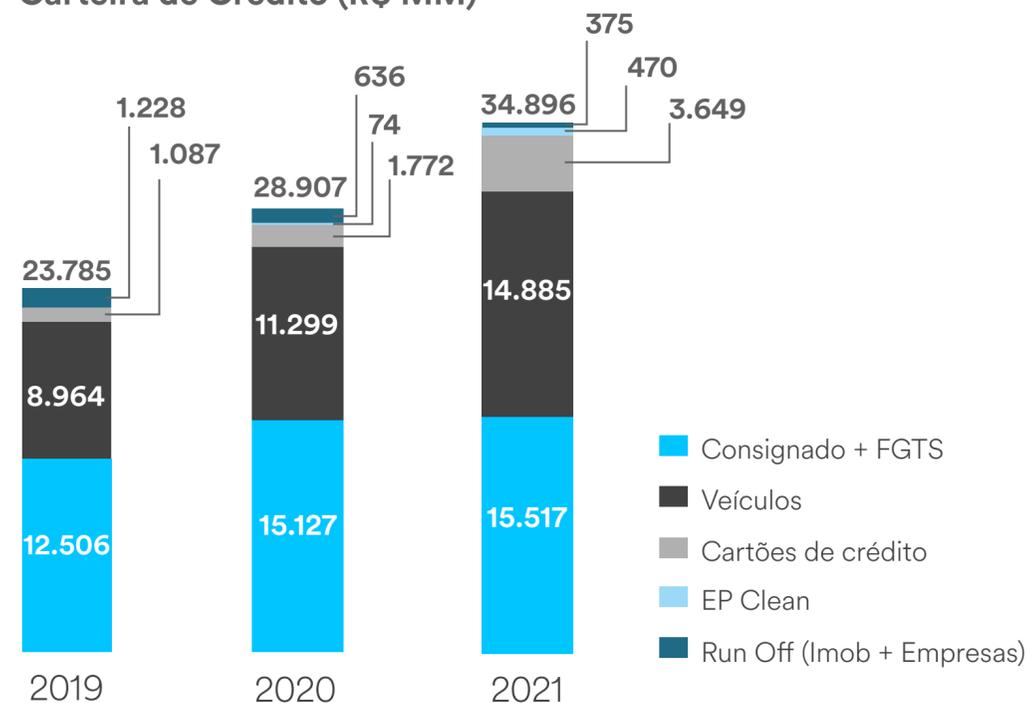
## Crédito

Em 2021, seguimos utilizando crédito como alavanca para a realização dos sonhos de milhões de brasileiros. Originamos uma média mensal de R\$ 2,2 bilhões em novos créditos, registrando um aumento de 16% frente a R\$ 1,9 bilhão em 2020. Já a carteira de crédito expandida encerrou 2021 com saldo de R\$ 34,9 bilhões, apresentando crescimento de 21% em relação ao ano anterior. A carteira core composta pelas carteiras de crédito consignado e FGTS, financiamento de veículos e cartões de crédito apresentou um crescimento de 21% nos últimos 12 meses.

Em 2021, expandimos a nossa capacidade de originação digital, incluindo em nosso aplicativo o crédito consignado, pré-aprovado de veículos e o FGTS, permitindo que os nossos clientes contratem créditos de maneira 100% digital ou, caso preferam, com assistência da nossa equipe B2C, disponível via canais de WhatsApp, telefone e e-mail.

Além disso, para maior escalabilidade e ganho de capilaridade em nossas originações de crédito, possuíamos, ao final de 2021, 827 correspondentes bancários e 18 mil concessionárias parceiras, distribuídos em todo o território nacional. Oferecemos nossos produtos em todas as regiões do Brasil, sendo que a maior parte (46%) das operações de crédito foi na região Sudeste, seguida pelo Nordeste (19%).

Carteira de Crédito (R\$ MM)



## GRI 102-4

Carteira de crédito	R\$ Milhões	%
Sudeste	16.109	46%
Sul	6.052	17%
Centro-Oeste	3.410	10%
Nordeste	6.765	19%
Norte	2.560	7%
<b>Total</b>	<b>34.895</b>	<b>100%</b>

Com o início da oferta do FGTS diretamente pelo app, em junho de 2021, nos tornamos pioneiros neste mercado. Em apenas sete meses de operação, o produto provou ser um sucesso: originamos mais de R\$ 3,8 bilhões em novos créditos para mais de 2 milhões de clientes neste período.

O adiantamento do FGTS tem se mostrado uma ótima ferramenta para engajar clientes. Além disso, apresenta risco inferior ao consignado e margens robustas. Desde o seu lançamento, 66% dos clientes FGTS já são *banking clients*, o que ajuda na redução de custos com comissões, melhora a margem da carteira e permite o refinanciamento e o *cross-sell* desses clientes.

Em outubro de 2021, incluímos o consignado em nosso aplicativo, facilitando a contratação de novos créditos. Essa nova experiência está alinhada à nossa estratégia de oferecer uma plataforma completa, engajando cada vez mais o nosso público B2C. Ao longo do ano, originamos R\$ 11,8 bilhões e encerramos 2021 com uma carteira de crédito de R\$ 11,7 bilhões em créditos consignados.

Em veículos, originamos em 2021 R\$ 9,9 bilhões, registrando um aumento de 43% frente ao ano de 2020, e encerramos com uma carteira de crédito de R\$ 14,9 bilhões, um aumento de 32% em relação a 2020.

Alavancados pelo crescimento da nossa conta digital e em linha com a nossa estratégia de diversificação de clientes e produtos, originamos em 2021 R\$ 12,5 bilhões em cartões de crédito, registrando um aumento de 109% frente ao ano de 2020.

Nossa carteira de cartões de crédito cresce à medida que os nossos clientes ampliam seu engajamento e utilizam também o parcelamento e crédito rotativo. Encerramos o ano com uma carteira de crédito de R\$ 3,6 bilhões, um aumento de 106% em relação a 2020.

No 4T21, reduzimos de forma substancial a emissão de novos cartões de crédito, adotando uma política de crédito mais restrita nesse período. Esse ajuste tático foi realizado de forma preventiva, antecipando uma possível deterioração dos indicadores macroeconômicos brasileiros.



## Banking

Cada vez mais a nossa conta apresenta produtos e serviços que ampliam o engajamento dos clientes. O crédito é o principal instrumento para atração, engajamento e monetização, mas a nossa estratégia vai além. Quase dois anos depois do início da nossa jornada para criar uma plataforma completa que alinha produtos e serviços financeiros à transacionalidade e ao consumo, já colhemos frutos dos nossos investimentos.

Passamos de 3,5 milhões de *banking clients* em 2020 para mais de 12,7 milhões ao final de 2021, o que representava uma média de 46 mil novos clientes por dia útil.

O engajamento dos nossos clientes é uma prioridade para o Banco PAN e, ao longo do desenvolvimento da nossa plataforma, vemos o engajamento gerar mais transações em nossa conta digital, somando R\$ 44,4 bilhões de TPV (Total Payment Volume) em 2021.

A distribuição de seguros é peça-chave dentro da estratégia de diversificação, *cross-sell* e expansão da nossa plataforma completa de serviços focados em atender as necessidades específicas dos nossos clientes.

Fechamos o ano com mais de 1,7 milhão de clientes com seguros, sendo 491 mil *banking clients*. A alta penetração dos seguros dentro da nossa base de *banking clients* demonstra grande capacidade de *cross-sell*. Vamos continuar a desenvolver uma plataforma *one-stop-shop*, 100% disponível no aplicativo, facilitando a contratação de serviços e produtos contextuais.

Em 2021, originamos R\$ 581 milhões, 41% superior aos R\$ 412 milhões originados em 2020. Esses valores estão refletidos na nossa receita de seguros, que fechou o ano em R\$ 195 milhões, valor 144% superior a 2020.

## Valor econômico gerado

### GRI 201-1

Em 2021, geramos R\$ 8,2 bilhões em receitas e distribuímos um total de R\$ 4,5 bilhões, incluindo pagamentos a fornecedores, colaboradores e provedores de capital e tributos.

### Valor econômico gerado (milhões)

Gerado	2019	2020	2021
Receitas	5.945	6.971	8.238

## Valor econômico distribuído

Distribuído	2019	2020	2021
Custos operacionais	2.225	2.230	2.108
Salários e benefícios	436	500	683
Impostos, taxas e contribuições	129	654	822
Capital de terceiros	56	81	129
Capital próprio	516	656	775
<b>Total</b>	<b>3.361</b>	<b>4.120</b>	<b>4.517</b>

## Valor econômico retido

Retido	2019	2020	2021
Valor adicionado	2.851	2.851	3.722

Em dezembro de 2021 fizemos a nossa primeira emissão de dívida com o objetivo de impulsionar a nossa Agenda ESG. Captamos US\$ 150 milhões em um empréstimo sindicalizado liderado pelo BID, reforçando recursos para o microempreendedor e aumentando o acesso a serviços financeiros digitais para pessoas de baixa renda e em situação de vulnerabilidade.

# 3

## Nossa Jornada ESG

Comprometidos com a inclusão, **construindo um mundo melhor, do jeito certo.**





# Onde estamos

GRI 102-43

Somos um banco pra quem faz, um banco para brasileiros e brasileiras e queremos desenvolver soluções reais que façam a diferença! A Agenda ESG tem tudo a ver com a nossa natureza, modelo de negócios e, claro, com o nosso propósito de ver o brasileiro transformando desafios em conquistas.

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

Realizamos, ao longo de 2021, investimentos de aproximadamente R\$ 1 bilhão e expandimos a oferta de produtos e serviços alinhados ao perfil e às necessidades do nosso cliente, trazendo soluções contextualizadas e que ajudam brasileiros a conquistar sonhos.

Ao longo do ano, financiamos mais de 91 mil motos e 289 mil veículos que, em sua grande parte, são utilizados como ferramentas de trabalho e, conseqüentemente, contribuem para o sustento das famílias dos nossos clientes. Além disso, parte significativa da nossa carteira é composta por clientes que vivem em localidades de baixo IDH, e veem o PAN como uma janela para novas oportunidades e inclusão financeira.

Parte relevante dos nossos clientes possui atividades comerciais informais, por esse motivo lançamos a Turbo PAN, maquininha de pagamentos que não exige CNPJ e permite acesso a recebimentos de forma rápida e transparente.

Até o final de 2021, vendemos mais de 50 mil maquininhas, ajudando milhares de trabalhadores autônomos a terem acesso a um meio de recebimento seguro, prático e barato, além de proporcionar maior acesso a fluxo de caixa para que empreendedores escalem seus negócios.

Investimos também em mais de 21 projetos sociais e iniciativas que atuam em diversos aspectos sociais críticos.

Dentro de casa, buscamos garantir a sustentabilidade social, ambiental e financeira dos nossos negócios, nos estruturando de forma robusta, com altos padrões de governança. Temos comitês de ética e lavagem de dinheiro ativos e, com a ajuda da tecnologia, combatemos diariamente fraudes no sistema financeiro.

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

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

Em 12 meses,  
financiamos mais de

**91 mil**

veículos

**289 mil**

motos

vendemos mais de

**50 mil**

maquininhas

investimos mais de

**R\$ 8,2 mi**

21 projetos sociais e iniciativas que atuam em diversos aspectos sociais críticos

# Onde queremos chegar

GRI 102-44 102-15

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

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

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





# Nossas bandeiras ESG

102-47 | 103-1 | 103-2 | 102-44

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

Essa escolha foi feita com base nos seguintes critérios:

- Preocupações e prioridades dos nossos clientes, colaboradores e parceiros;
- Nosso posicionamento e estratégia de negócio;
- Nosso potencial de criação de valor e impacto positivo para a sociedade e o meio ambiente.

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

Ao longo do primeiro semestre de 2021, realizamos a coleta de opinião por meio de entrevistas com mais de 2 mil clientes, colaboradores e fornecedores, além de olharmos para o nosso posicionamento como empresa e nos compararmos aos nossos pares ao redor do mundo.

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

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

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

## 1

### Pela inclusão e formação do brasileiro

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

## 2

### Por um mundo melhor na prática

- Cultura e pessoas
- Satisfação do cliente
- Mudança climática e Ecoeficiência

## 3

### Fazendo do jeito certo

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

# Nossos temas materiais e ODS prioritários

GRI 102-12 | 102-46

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

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

Ao final do processo de elaboração da matriz de materialidade, verificamos que os materiais estão diretamente relacionados com 10 dos 17 ODS da Agenda 2030 da ONU.

**Estes são os temas materiais e ODS com os quais nos comprometemos em cada bandeira:**

<b>1</b> Pela inclusão e formação do brasileiro	Educação e Impacto Positivo de Produtos e Serviços	1	3	4	5	8
	Inovação e Empreendedorismo	8	10			
	Diversidade e Inclusão	5	8	10	16	
<b>2</b> Por um mundo melhor na prática	Cultura e Pessoas	4	8	10	16	
	Satisfação do Cliente	12	16			
	Mudança Climática e Ecoeficiência	10	12	13		
<b>3</b> Fazendo do jeito certo	Gestão Integrada de Riscos	8	12	13	16	
	Ética, Transparência e Compliance	8	10	12	16	
	Privacidade e Segurança de Dados	12	16			
	Gestão de Parceiros e Fornecedores	8	10	16		

# Nossos temas materiais e ODS prioritários

GRI 102-12 | 102-46

## 1. Pela inclusão e formação do brasileiro

### Educação e Impacto Positivo de Produtos e Serviços

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

### ODS



### Nossos objetivos

- Promover a educação de maneira estruturada interna e externamente.
- Oferecer produtos contextualizados e transparentes que ajudem nossos clientes a alcançarem estabilidade financeira.

### Inovação e Empreendedorismo

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



- Aumentar a carteira de crédito e a disponibilização de produtos que fomentem o microempreendedorismo.

### Diversidade e Inclusão

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



- Aumentar o número de mulheres na liderança.
- Aumentar o número de pessoas negras no quadro de colaboradores.

# Nossos temas materiais e ODS prioritários

GRI 102-12 | 102-46

## 2. Por um mundo melhor na prática

### Cultura e Pessoas

Transparência nos pilares culturais do PAN em toda a jornada do colaborador, desde o processo de atração e seleção pautado pelo seu desenvolvimento, ciclo de meritocracia e engajamento. Engloba boas práticas de RH, incluindo iniciativas de desenvolvimento, conhecimento, benefícios fornecidos, saúde e bem-estar. Considera a gestão de remuneração e indicadores, bem como o monitoramento contínuo do desempenho dos colaboradores e dos índices de satisfação com o ambiente de trabalho.

#### ODS



#### Nossos objetivos:

- Atingir no mínimo 95% de Razão Salarial entre homens e mulheres em todos os níveis hierárquicos.
- Integrar o Ranking GPTW Mulher entre as 10 melhores Instituições Financeiras

### Satisfação do Cliente

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



- Melhorar a resolução de demandas de clientes.

### Mudanças Climáticas e Ecoeficiência

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



- Compensar 100% das emissões de gases de efeito estufa nos Escopos 1 e 2.

# Nossos temas materiais e ODS prioritários

GRI 102-12 | 102-46

## 3. Fazendo do jeito certo

### Gestão Integrada de Riscos

Atividade de identificação preventiva, por meio de um sistema de informações adequado, de eventos que podem causar impactos negativos, indicando possíveis riscos à empresa e sua probabilidade de ocorrência, bem como as medidas e os planos adotados para a sua prevenção ou minimização. A integração consiste na inserção das variáveis socioambientais na análise econômico-financeira e de risco-retorno dos ativos. Trata ainda de políticas específicas que contenham critérios socioambientais para a avaliação de crédito/risco/investimentos dos clientes e operações financeiras do Banco PAN. Há uma normativa do Banco Central do Brasil (Bacen) que trata especificamente da Gestão Integrada de Riscos e inclui, dentre as variáveis, os aspectos sociais, ambientais e climáticos.

#### ODS



#### Nossos objetivos

- Elaboração e acompanhamento periódico da matriz de riscos ESG do banco.

### Ética, Transparência e Compliance

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



- Incluir práticas ESG no Código de Conduta e Ética e promover o treinamento dos colaboradores sobre desenvolvimento sustentável.

### Privacidade e Segurança de Dados

A segurança de dados promove a proteção dos dados de ataques cibernéticos e violações digitais e, no paralelo, a privacidade prioriza processos responsáveis em relação à forma como informações são coletadas, compartilhadas e utilizadas.



- Treinar os colaboradores e parceiros em aspectos relacionados à Privacidade de Dados, Segurança de Dados e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

# Nossos temas materiais e ODS prioritários

GRI 102-12 | 102-46

## 3. Fazendo do jeito certo

### Gestão de Parceiros e Fornecedores

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

### ODS



### Nossos objetivos

- Incluir novos filtros ESG no processo de contratação de novos fornecedores e realizar acompanhamento contínuo de práticas ESG de parceiros e fornecedores.

## Como navegar por nossas bandeiras

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

# 1

## Pela inclusão e formação do brasileiro

Acolher e incluir faz parte da Cultura PAN, e é essencial num país continental, tão plural e desigual quanto o nosso. Acreditamos na formação como forma de alimentar o ciclo econômico, para que mais gente se sinta parte de uma sociedade mais igual. Por meio de produtos, conhecimento e educação financeira, garantimos acesso e possibilidades para todo mundo poder transformar seus desafios em conquistas. E internamente, trabalhamos por um ambiente mais diverso, saudável e estimulante para o nosso time.



# Educação Financeira

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

Queremos democratizar o acesso bancário às classes mais vulneráveis.

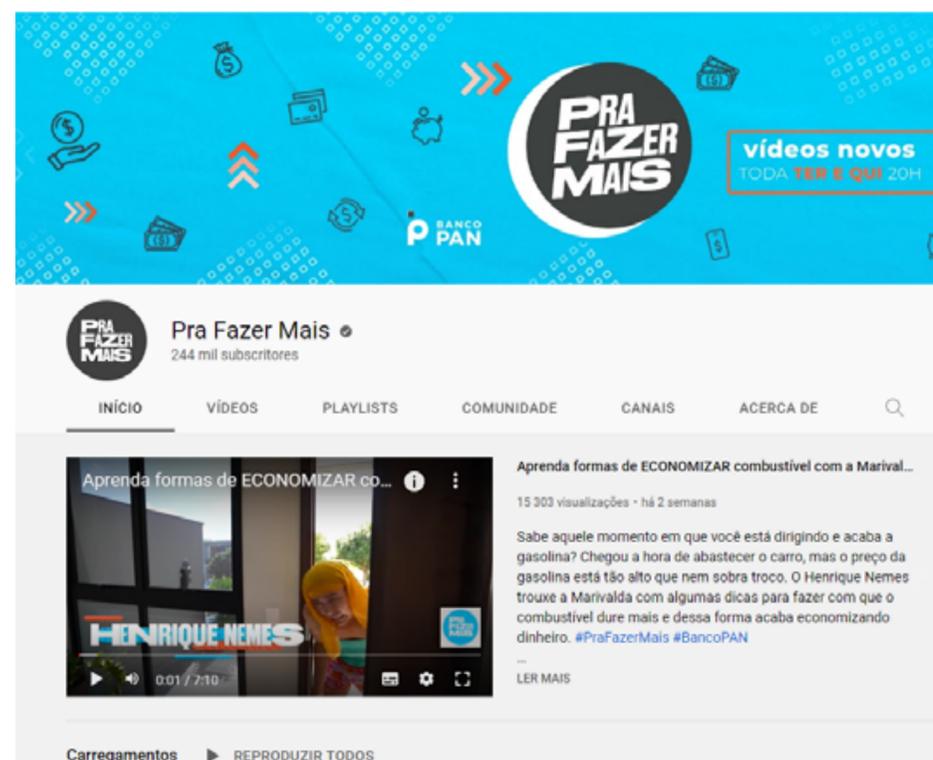
Queremos transformar desafios em conquistas.

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

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

## Pra fazer mais

Canal no YouTube, com vídeos e conteúdos sobre controle de gastos, renegociação de dívidas, explicação de produtos e termos financeiros. De acordo com o Tubular Labs, em dezembro de 2021, era o **3º canal mais influente no YouTube sobre educação financeira**.



## Blog PAN

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

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



# Talentos

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

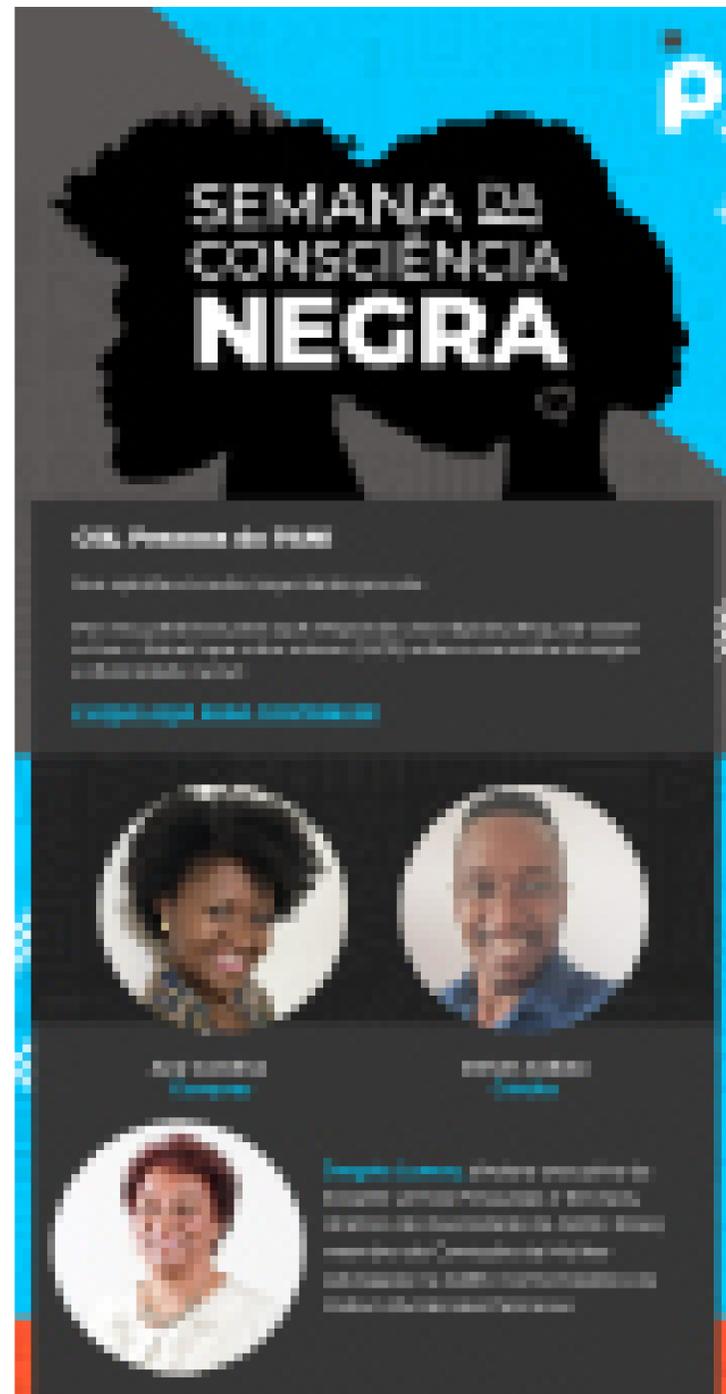
O PAN é um lugar para talentos que fazem acontecer. Nossos colaboradores são parte fundamental da nossa cadeia de valor.

É com isso em mente que adotamos uma série de iniciativas para a seleção, desenvolvimento e crescimento dos nossos colaboradores, sempre com o objetivo de promover um ambiente inclusivo e confortável para acolher e valorizar todas as diferenças.



# Diversidade e Inclusão

GRI 102-27



De origem grega, “PAN” é uma composição de palavras que significa “todo, por inteiro”. O significado do nome, por sua vez, traduz bem qual é o nosso objetivo como empresa: proporcionar um ambiente de trabalho cada vez mais plural, acolhedor, seguro e, acima de tudo, respeitoso – em que cada colaborador(a) possa ser quem realmente é, exercendo o máximo de suas potencialidades.

Além de ser uma temática fundamental para as pessoas do PAN, Diversidade e Inclusão também contribuem para a diminuição das desigualdades sociais, considerando a ampliação das oportunidades de forma mais justa e igualitária. E, claro, acreditamos na importância da Diversidade e Inclusão para promover um ambiente de trabalho mais inovador que, conseqüentemente, contribua com os nossos resultados!

Diante da nossa Política Corporativa publicada em 2021, expressamos nossas diretrizes corporativas e responsabilidades. Reforçamos que o PAN repudia, combate e não tolera qualquer ato que viole os direitos humanos, como discriminação, violência e intolerância, seja por raça, identidade de gênero, orientação sexual, idade ou qualquer outro fator. Casos desta natureza serão tratados pelas áreas responsáveis, integrantes do Comitê de Ética do PAN, que adotarão as medidas cabíveis para as situações denunciadas.

Além disso, consideramos que a Inclusão demanda ações efetivas para a promoção da igualdade de oportunidades e de um ambiente de trabalho em que cada pessoa possa expressar sua identidade de forma livre, com suas características valorizadas. Por isso, incentiva todos os colaboradores e líderes a serem aliados da Diversidade e Inclusão, por meio dos seguintes compromissos:

- Garantir valores éticos e de fortalecimento dos Direitos Humanos;
- Conviver, respeitar e valorizar a pluralidade de visões, opiniões, experiências, identidades, culturas, etnias, religiões, bem como características físicas, sociais e intelectuais;
- Compartilhar e promover treinamentos periódicos, palestras, materiais de estudo, leituras e conteúdos em geral que agreguem conhecimento e informação como base para o combate ao preconceito e a valorização das diversidades e potencialidades individuais;
- Praticar a responsabilidade para promover a integração social, contribuindo com os esforços da sociedade civil e do poder público;
- Promover a Inclusão na amplificação de oportunidades a grupos minorizados ou sub-representados;
- Fortalecer políticas e processos que promovam o respeito, a valorização, a atração, seleção e o desenvolvimento relacionados a temas como equidade de gênero, diversidade etária, equidade racial, direitos LGBTQIA+ e de pessoas com deficiência, liberdade religiosa, entre outros.

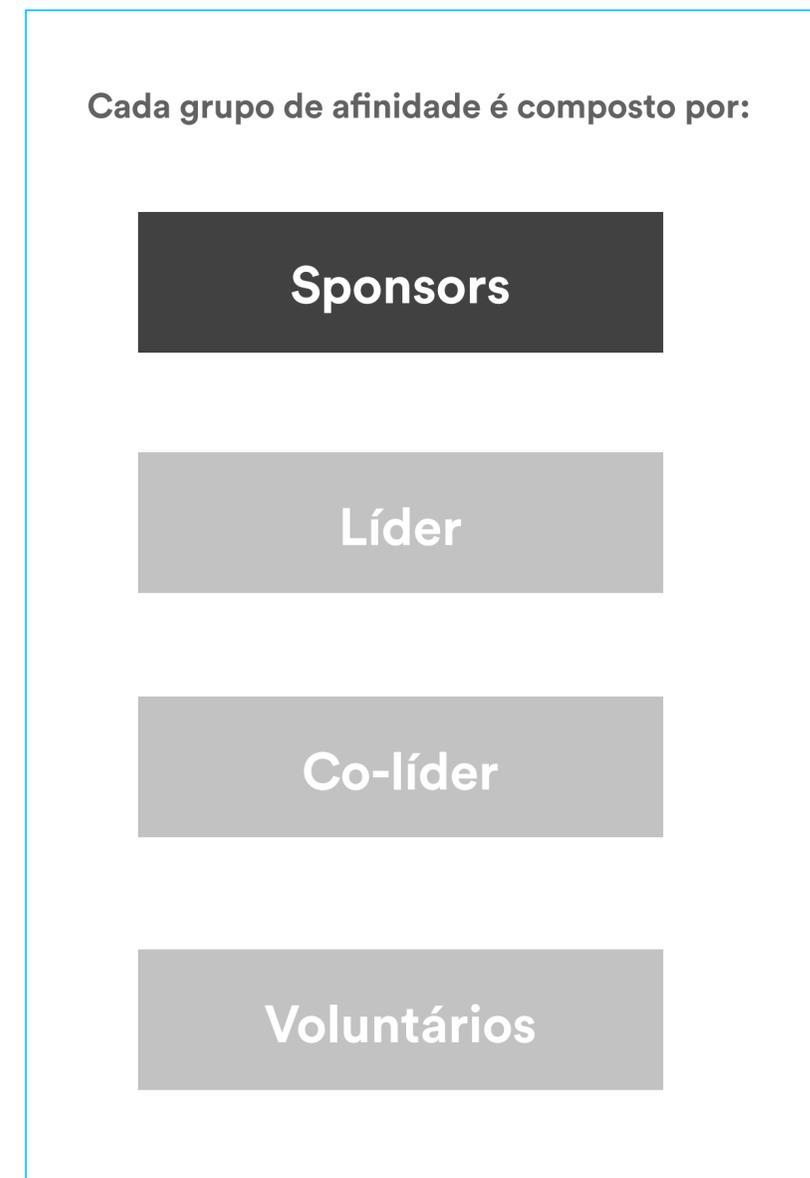


## Diversidade está no nosso DNA. Faz parte de quem somos e está presente em cada detalhe da estratégia da organização:

- A nossa visão é liderar a inclusão financeira digital das famílias brasileiras.
- Uma das nossas prioridades é ter o cliente em foco, e sabemos que quanto mais diversos forem os nossos times, mais perspectivas e soluções diferentes teremos. Afinal, a diversidade é aliada da criatividade e inovação!
- E por falar em inovação, um dos nossos atributos culturais é ter Ousadia Empreendedora, enquanto “Diversificação e Diferenciação” fazem parte dos nossos pilares, ou seja, são atributos essenciais para realizarmos o propósito estratégico do PAN.

Sabemos, também, que um futuro sustentável para todas as pessoas passa pela importância deste tema nas organizações. Por isso, temos uma estrutura multidisciplinar focada nesta agenda. Além da área de Diversidade e Inclusão (Pessoas), contamos com os Grupos de Afinidade do PAN. Confira as atuações e responsabilidades:

### ÁREA D&I - PESSOAS





## Área de Diversidade e Inclusão (Pessoas):

- Promover campanhas, conteúdos, treinamentos, eventos e ações de conscientização e desenvolvimento;
- Garantir que todos(as) tenham condições adequadas para o exercício pleno de suas atividades e potencialidades;
- Apoiar os Grupos de Afinidade na condução e aprovação das iniciativas propostas;
- Acompanhar e monitorar indicadores relacionados à Diversidade e Inclusão;
- Revisar políticas e processos com o objetivo de prevenir qualquer tipo de discriminação, além de tornar os processos de seleção e desenvolvimento cada vez mais inclusivos;
- Assegurar que as comunicações do PAN estejam em conformidade com as boas práticas de representatividade e acessibilidade;
- Auxiliar e direcionar as áreas de Atração & Seleção e Remuneração (Pessoas), para tornar os processos cada vez mais justos e equitativos;
- Inscrever o PAN em eventos, pesquisas e rankings relacionados à Diversidade e Inclusão, como forma de obter diagnósticos e boas práticas de mercado, além do fortalecimento da marca empregadora e do nosso posicionamento diante desta temática.

## Grupos de afinidade:

Com o objetivo de promover o diálogo e a participação dos colaboradores de diversas áreas, cargos e perfis na agenda de Diversidade e Inclusão, o PAN conta com Grupos de Afinidade relacionados à promoção da equidade de gênero, racial, LGBTQIA+ e de pessoas com deficiência, inicialmente, diante das seguintes atribuições:

- Promover o diálogo e a participação na agenda de Diversidade e Inclusão informando, mobilizando e engajando as pessoas do Banco PAN acerca do tema;
- Sugerir, monitorar e organizar ações, projetos e campanhas de conscientização, capacitação, atração, seleção, retenção e desenvolvimento;
- Buscar parcerias estratégicas que promovam D&I na empresa;
- Realizar ações integradas entre os Grupos de Afinidade periodicamente;
- Buscar boas práticas do mercado para inspiração de ideias;
- Articular os encontros mobilizando e incentivando as participações, além de trazer pesquisas, convidados e materiais para discussão.

O Programa de Diversidade e Inclusão foi lançado em 2019, inicialmente com foco em conscientizar todo o time e treinar a liderança. **Em 2020, estruturamos a área e a governança, já estabelecendo metas internas de contratação e desenvolvimento de pessoas pertencentes a grupos sub-representados**, além de programas de desenvolvimento específicos e a continuidade das ações de fortalecimento da cultura inclusiva.

Já em 2021, os Grupos de Afinidade começaram a atuar efetivamente, com 75% das ações sugeridas implementadas e encontros quinzenais que somaram mais de 70 horas no ano.

Tivemos ainda avanços importantes relacionados à estratégia, diante da publicação da Política Corporativa e Guia de Diversidade e Inclusão, que reforçam as responsabilidades e diretrizes do PAN nesta temática.

Além disso, um dashboard foi disponibilizado para a liderança no Portal interno para que a gestão acompanhe os indicadores do seu time, com o objetivo de incentivar equipes cada vez mais diversas e representativas.

**Os treinamentos realizados em 2021 com base neste tema totalizam 2.063 horas, sendo mais de 580 horas voltadas à liderança.** Além dos conteúdos online disponibilizados na Universidade PAN, houve encontros e workshops ao vivo com áreas estratégicas, liderança, integrantes dos Grupos de Afinidade e demais colaboradores.

Diante das ações recorrentes de conscientização relacionadas ao assunto, as quais envolvem datas comemorativas e a celebração do “Mês da Diversidade e Inclusão no PAN” – que aconteceu em agosto –, **somamos mais de 14 horas em lives e eventos que contaram com mais de 3.200 participações dos colaboradores e NPS médio de 88.**

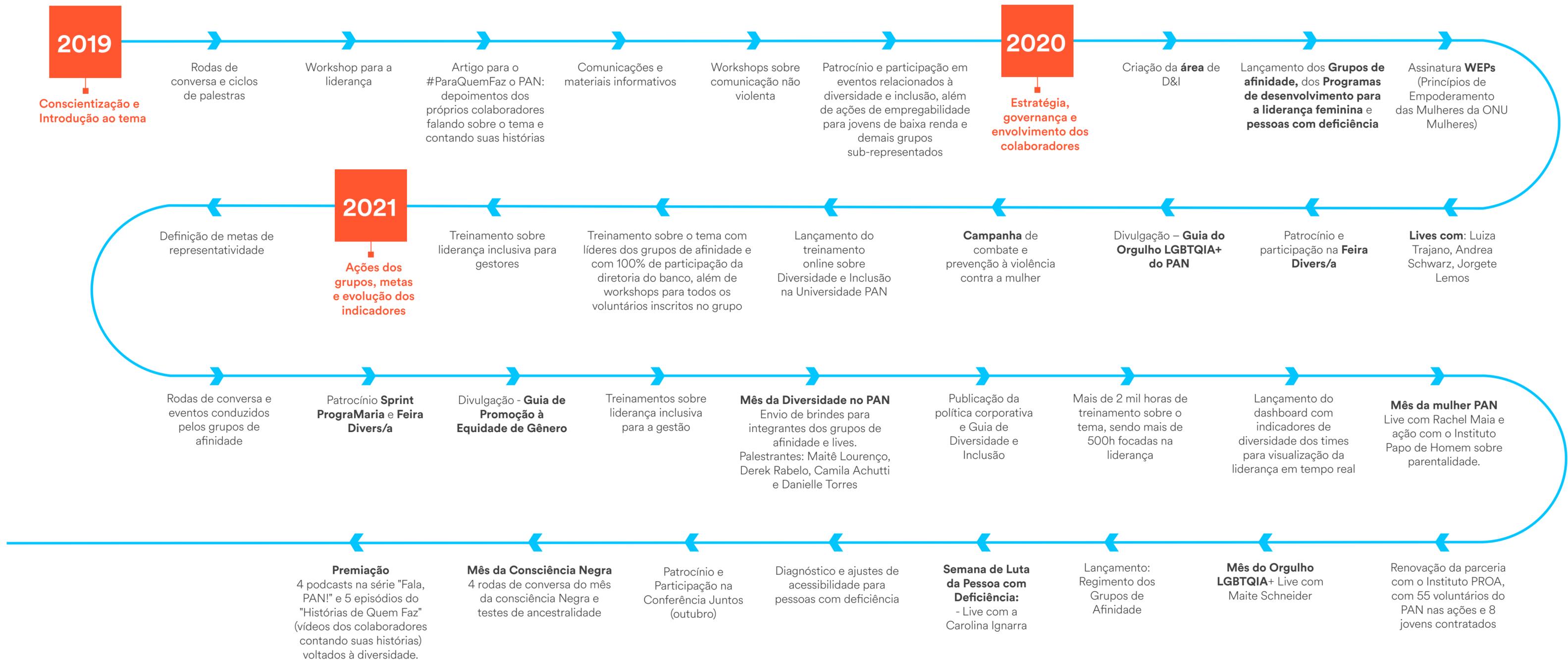
O tema também é abordado frequentemente em outros programas internos como na série de vídeos **“Histórias de Quem Faz”**, em que os próprios colaboradores contam suas histórias e compartilham experiências relacionadas à cultura do banco, em *podcasts* temáticos na série **“Fala, PAN”**, e em materiais informativos como guias e cartilhas que são divulgadas nos canais internos de comunicação.

Participamos e patrocinamos eventos de empregabilidade e desenvolvimento de grupos sub-representados, como a Feira Divers/a, a Conferência Juntos e a Sprint PrograMaria. Em 2021, contratamos cinco participantes desses grupos de desenvolvimento.

Fortalecemos a parceria com o Instituto PROA, instituição voltada à formação de jovens de baixa renda, com doações anuais, participação em ações de voluntariado e contratação dos alunos formados. **Em 2021, tivemos 55 voluntários do PAN nas iniciativas de desenvolvimento e oito contratações, totalizando 12 jovens advindos do PROA como colaboradores do banco** - o que nos levou ao reconhecimento de uma das 10 empresas que mais contrataram alunos do PROA.

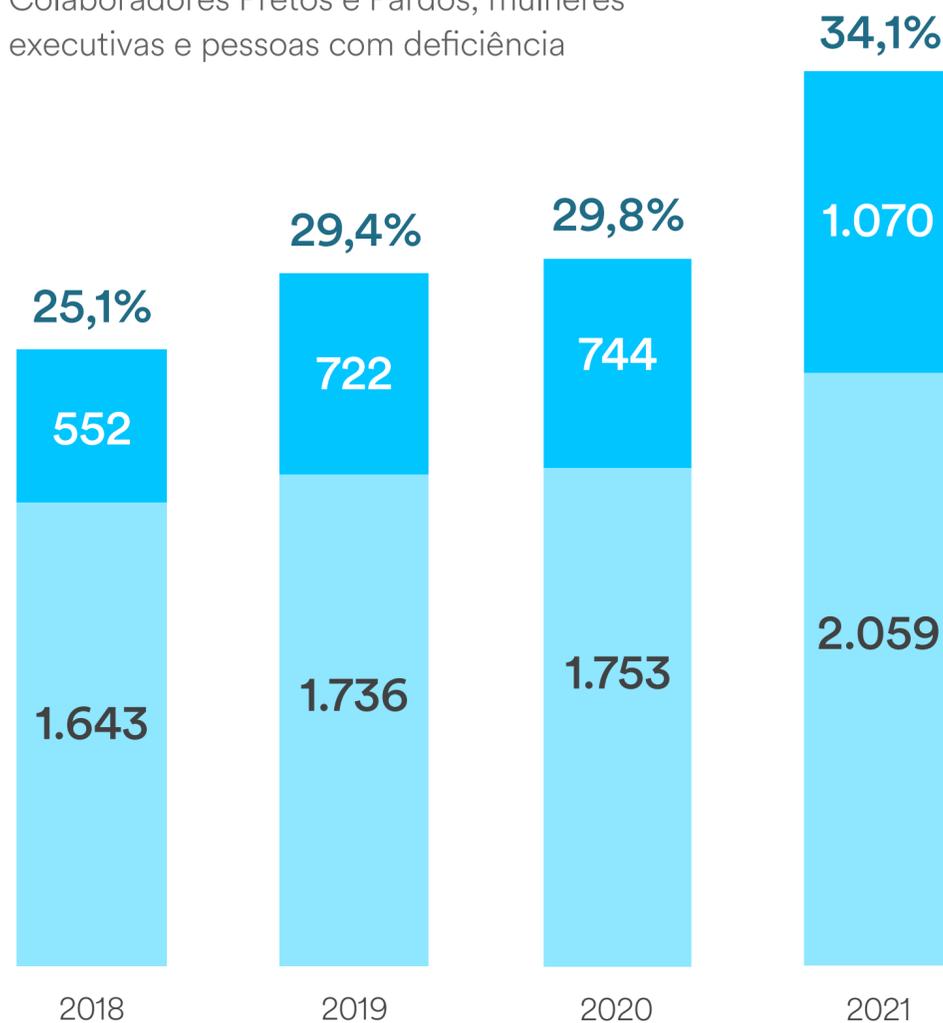
Apoiamos ainda o Instituto Plano de Menina, que também conta com apoio financeiro e ações de voluntariado, comprovando a convergência do tema com a Agenda ESG do PAN, no sentido de fortalecer o pilar social e contribuir para uma sociedade mais justa e menos desigual, apoiando instituições sociais que promovam desenvolvimento profissional e a empregabilidade de grupos sub-representados e pessoas em situação de vulnerabilidade.

## Confira a nossa jornada e os principais números até aqui:



## HC (Head Count) Grupos Sub-representados

Colaboradores Pretos e Pardos, mulheres executivas e pessoas com deficiência



 Grupo Sub-representados  Evolução  
 Demais

## Grupos de afinidade

**235**

Total de voluntários  
+ 98 inscrições em 2022

**+70**

Encontros

**30%**

Média de  
participação

**75%**

Ações sugeridas e  
implementadas

**25%**

Líderes voluntários

**12**

Ações implementadas  
em andamentos

## Eventos / lives

**14**

horas de live

## Treinamentos

**+2.000**

horas de treinamento

## Investimentos

O investimento do PAN só nas ações internas de diversidade e inclusão somou em 2021

**R\$ 580 mil**

**+3.000**

participantes (997 únicos)

**585** horas de  
treinamento para a  
liderança

**88** NPS médio

# Treinamentos em Diversidade e Inclusão

GRI 412-2

**Em 2021, tivemos os seguintes treinamentos relacionados à Diversidade e Inclusão:**

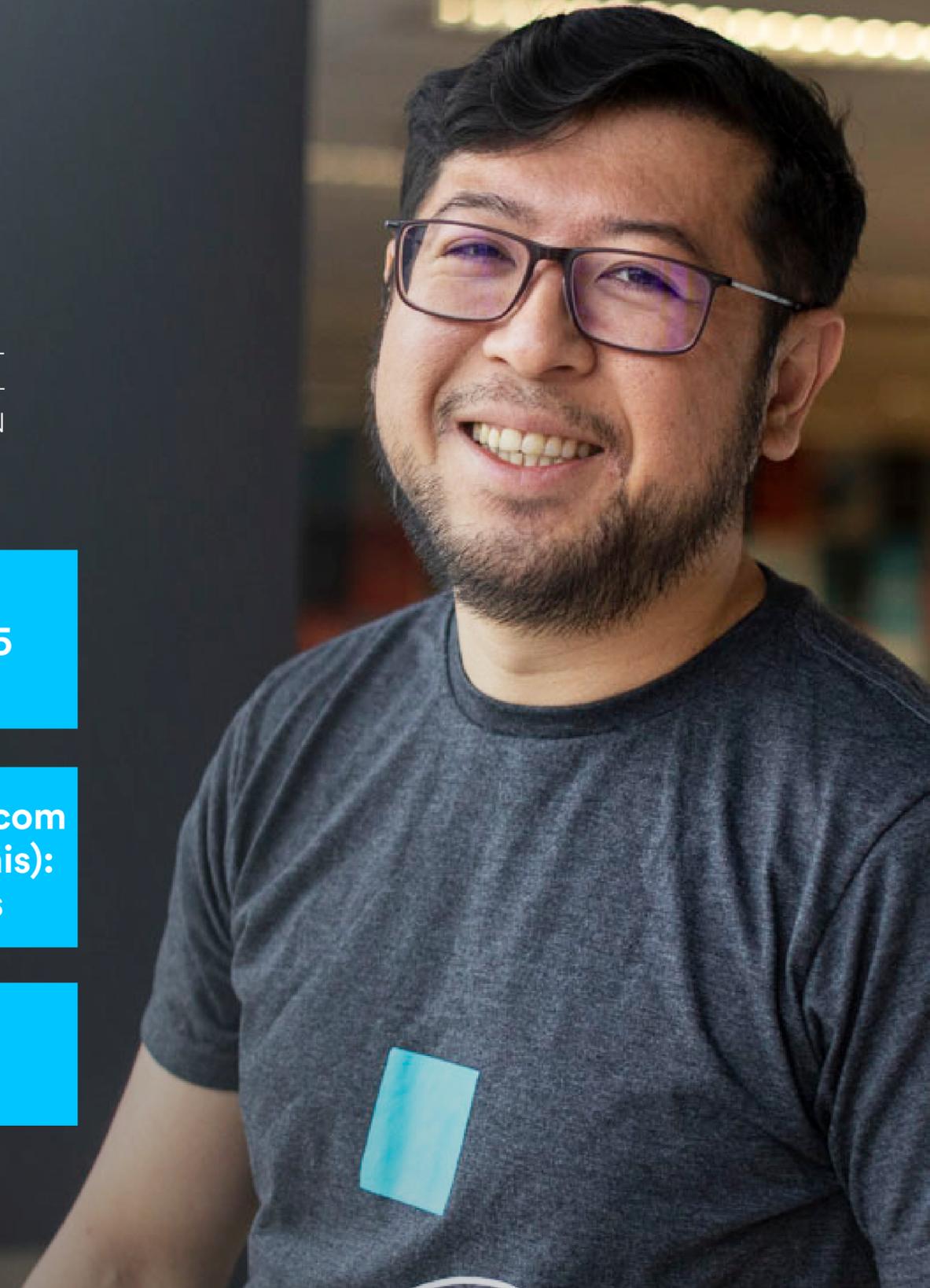
- Gestão Inclusiva para os Gerentes Comerciais
- Treinamento para Atração & Seleção à Luz da Diversidade
- Liderança Inclusiva na Trilha de Formação dos Coordenadores

Além dos programas, workshops, materiais informativos e iniciativas recorrentes de conscientização, contamos com treinamentos online na Universidade PAN para todos os colaboradores:

**Trilha de Diversidade e Inclusão (5 módulos): 145 em andamento e 335 conclusões**

**Diversidade e Inclusão de Pessoas com Deficiência (Fundamentos essenciais): 42 em andamento e 131 conclusões**

**Libras: 84 em andamento e 41 conclusões**



Contamos também com programas de desenvolvimento específicos, como:

- Programa de Desenvolvimento das Pessoas com Deficiência, que visa potencializar o crescimento deste público e a diversidade no PAN, com treinamentos para os profissionais com deficiência e para os líderes, em parceria com a consultoria Talento Incluir.
- Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina, que conta com workshops e mentorias para promover a equidade de gênero na liderança, além de trabalhar a quebra de vieses inconscientes. No total, 87% das líderes participaram do programa.



**Hoje é o dia Nacional de LUTA DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA!**

Hoje é um dia para lembrarmos que a deficiência não é uma questão de saúde, mas sim uma questão de direitos humanos e igualdade de oportunidades, respeito, inclusão e valorização das diferenças.

No Brasil, há mais de 45 milhões de pessoas com deficiência, que representam 24% da população brasileira (IBGE - Censo 2010). Mas, você sabia que apenas 1% dessas pessoas estão empregadas em condições formais?

Hoje, precisamos falar sobre o assunto! Por isso, convidamos todos os colaboradores do PAN para uma live com a **Andrea Schwarz**. Além de saber mais sobre sua história, vamos conversar sobre rótulos, preconceitos, acessibilidade, produtividade e muito mais!

**“Eu não ando. Mas minhas asas me levam para qualquer lugar!”**

**Andrea Schwarz**  
foi eleita uma das “top voices” do LinkedIn em 2018. É sócia fundadora da consultoria igual e atua há mais de 20 anos com a inclusão e diversidade nas organizações.

**Data:** 26/04

**Horário:** 16h às 17h

Fiquem ligados(as)! Em breve você receberá o convite com o link de participação.

Contamos com você!

[Eventos](#) [Mantenha-se atualizado](#)



**ORGULHO PAN**

**Paulo Costa**  
Planejamento e M&B

Se errar, esteja disposto a entender, aprender e evoluir.

Você sabia que no PAN contamos com **grupos de afinidade**, responsáveis por sugerir e conduzir iniciativas de **Diversidade e Inclusão**?



**ORGULHO PAN**



**AFROPAN**



**PAN PARA TODOS**



**MULHERES QUE FAZEM**

## Equidade de gênero

Somos uma das melhores empresas para mulheres trabalharem.

Para fortalecer cada vez mais o nosso posicionamento e compromisso com relação ao tema da diversidade no PAN, somos signatários dos Princípios de Empoderamento das Mulheres da ONU. Por dois anos consecutivos, recebemos o reconhecimento no ranking de melhores empresas para as mulheres trabalharem, sendo que em 2021 ficamos entre as quatro melhores instituições, de acordo com a GPTW Mulheres – que avalia os indicadores, práticas corporativas e participação na tomada de decisão.



# Indicadores de Diversidade e Inclusão

GRI 102-7

## Colaboradores por gênero e cargo

GRI 102-8 | 405-1

Nível	2019			2020			2021		
	F	M	TOTAL	F	M	TOTAL	F	M	TOTAL
Gerência	99	174	273	113	196	309	116	223	339
Coord/Espec.	80	127	207	90	149	239	129	248	377
Analistas	465	533	998	487	566	1.053	612	827	1.439
Assistentes	491	489	980	480	416	896	560	425	985
<b>Total</b>	<b>1.135</b>	<b>1.323</b>	<b>2.458</b>	<b>1.170</b>	<b>1.327</b>	<b>2.497</b>	<b>1.417</b>	<b>1.723</b>	<b>3.140</b>

## Colaboradores por faixa etária e cargos (em anos)

GRI 102-8 | 405-1

Nível	2019				2020				2021			
	Até 30	Entre 30 e 50	Mais de 50	Total	Até 30	Entre 30 e 50	Mais de 50	Total	Até 30	Entre 30 e 50	Mais de 50	Total
Gerência	20	232	21	273	24	262	23	309	19	299	21	339
Coord/Espec.	40	156	11	207	43	185	11	239	85	275	17	377
Analistas	364	615	19	998	382	649	22	1.053	549	855	35	1.439
Assistentes	218	720	42	980	167	679	50	896	208	733	44	985
<b>Total</b>	<b>642</b>	<b>1.723</b>	<b>93</b>	<b>2.458</b>	<b>616</b>	<b>1.775</b>	<b>106</b>	<b>2.497</b>	<b>861</b>	<b>2.162</b>	<b>117</b>	<b>3.140</b>





## Rotatividade por gênero e faixa etária

GRI 102-8 | 401-1

Voluntária	2019			2020			2021		
	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total
Até 30 anos	1,5%	2,6%	4,1%	1,3%	2,7%	4,0%	2,0%	3,8%	5,8%
Entre 30 e 50 anos	1,2%	2,1%	3,4%	1,1%	2,8%	3,9%	2,5%	5,1%	7,7%
Acima dos 50 anos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
<b>Total</b>	<b>2,7%</b>	<b>4,8%</b>	<b>7,5%</b>	<b>2,4%</b>	<b>5,5%</b>	<b>7,9%</b>	<b>4,6%</b>	<b>9,1%</b>	<b>13,7%</b>

Involuntária	2019			2020			2021		
	F	M	Total	F	M	Total	F	M	Total
Até 30 anos	2,2%	1,4%	3,6%	2,0%	2,0%	4,0%	1,7%	2,0%	3,7%
Entre 30 e 50 anos	5,1%	4,7%	9,7%	6,1%	5,0%	11,1%	6,0%	5,1%	11,0%
Acima dos 50 anos	0,2%	0,2%	0,4%	0,2%	0,3%	0,5%	0,4%	0,5%	1,0%
<b>Total</b>	<b>7,5%</b>	<b>6,3%</b>	<b>13,8%</b>	<b>8,3%</b>	<b>7,3%</b>	<b>15,6%</b>	<b>8,1%</b>	<b>7,6%</b>	<b>15,7%</b>

## Colaboradores negros

GRI 102-8 | 405-1

Nível	2019			2020			2021		
	Pretos	Pardos	Total	Pretos	Pardos	Total	Pretos	Pardos	Total
Cargos de liderança	5	38	43	8	38	46	17	65	82
Outros cargos	94	492	586	109	505	614	205	691	896
<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>530</b>	<b>629</b>	<b>117</b>	<b>543</b>	<b>660</b>	<b>222</b>	<b>756</b>	<b>978</b>

## Colaboradores com deficiência

GRI 102-8 | 405-1

	2019	2020	2021
PCD	112	101	112

## Composição do Conselho por faixa etária

GRI 102-8 | 401-1

	2019	2020	2021
Mais de 50 anos	9	9	4
Até 50 anos	7	7	9
<b>Total geral</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>13</b>

## Razão matemática da remuneração de mulheres em relação aos homens

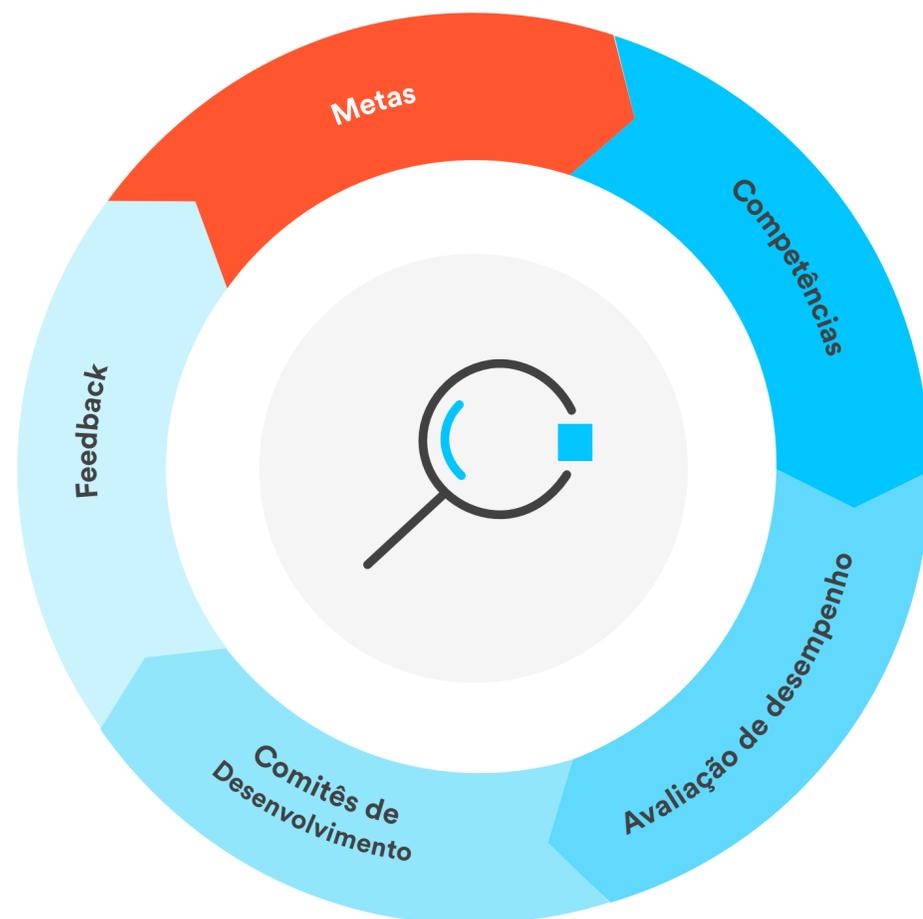
GRI 405-2

	2019	2020	2021
Gerência/ Acima	103%	101%	96%
Coord/ Esp.	81%	80%	94%
Analistas	95%	95%	94%
Assistentes	100%	101%	100%
<b>Total</b>	<b>95%</b>	<b>94%</b>	<b>96%</b>

# Gestão de desempenho PAN

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

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



## Ciclo de gestão de desempenho

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

### Metas

Corporativas, Áreas e Individuais – contratadas anualmente.

### Competências

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

### Avaliação de desempenho

Período anual de avaliação das metas e das competências.

### Comitês de desenvolvimento

Comitês focados em:

- Mérito e promoções
- Desenvolvimento

### Feedback

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

## Avaliação de desempenho

**70%**

Metas quantitativas (o quê)

**30%**

Competências (como)

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

## Metas

**8 metas**

- 4 Individual
- 2 Área
- 2 Corporativas

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

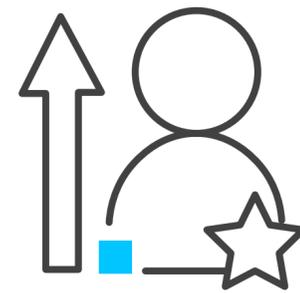
O modelo SMART contribui para que a meta seja contratada de forma adequada, seguindo os parâmetros abaixo:

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

Em 2021, mais de 700 colaboradores foram promovidos e/ou reconhecidos de acordo com o processo de Gestão de Desempenho do PAN, o que representa 37% da base elegível.

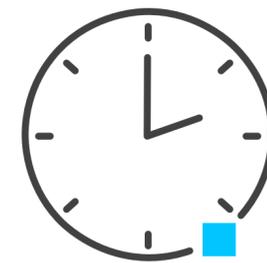
## Reconhece PAN

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



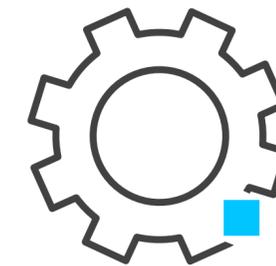
### Talentos

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



### Tempo de casa

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



### Engajamento nas ações de desenvolvimento

Como forma de reconhecer os colaboradores que mais se engajam nas nossas ações, premiamos os multiplicadores internos e os colaboradores que mais participam das diferentes iniciativas de desenvolvimento promovidas pelo PAN. Contamos com uma plataforma de gamificação para que, ao completar missões participando das ações de desenvolvimento, os colaboradores acumulem pontos (“BitPans”), que podem ser trocados por vouchers e recompensas.

## Programa de Participação de Resultados

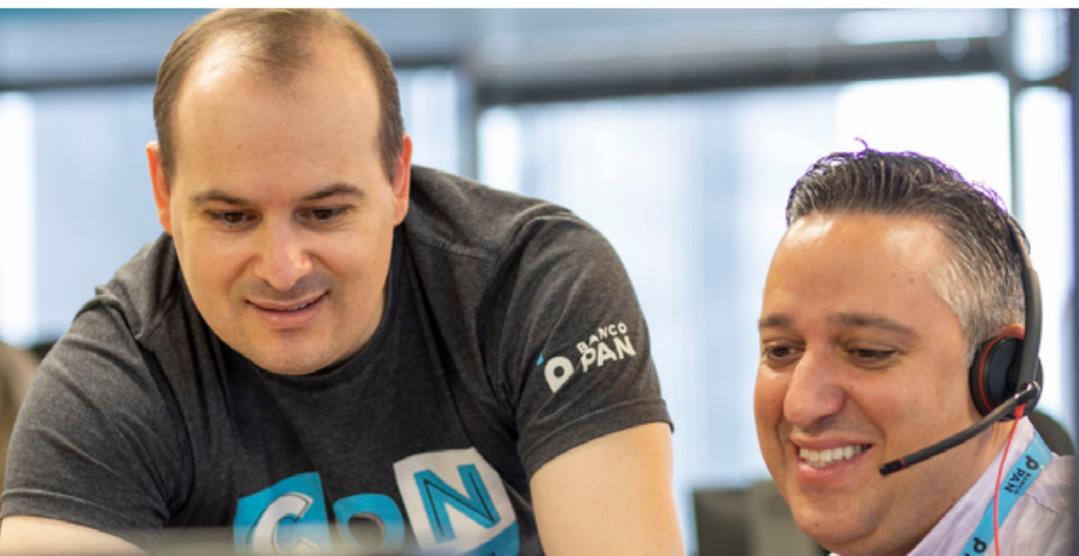
GRI 102-41

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

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

Ao final de 2021, esse acordo contemplava 1.978 colaboradores que representam 63% do total de colaboradores, uma vez que as equipes comerciais, aprendizes e estagiários não são aderentes ao acordo.

Atualmente, este é o único acordo coletivo vigente.

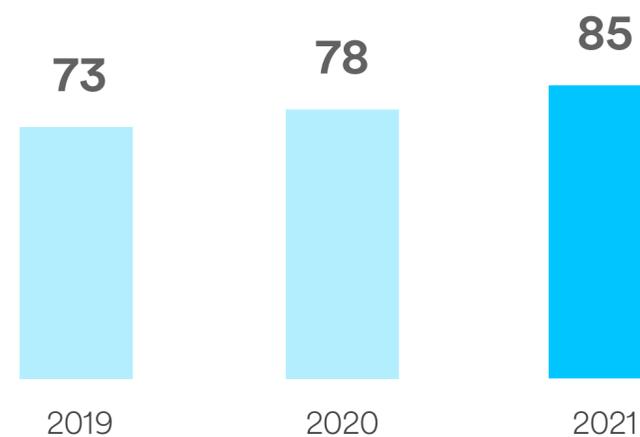


## Clima e engajamento

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

## Evolução do Clima Organizacional no PAN

Resultados ano a ano da Pesquisa de Clima com os colaboradores



### Destaques em 2021:

- A organização oferece treinamento ou outras formas de desenvolvimento.
- Todos aqui têm oportunidade de receber um reconhecimento especial.
- Os gestores evitam o favoritismo.

## Remuneração

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

Não dispomos de um plano de outorga de opções de ações e colaboradores.

## Benefícios

### GRI 401-2

Procuramos apoiar nossos colaboradores e proporcionar uma experiência diferenciada, pois sabemos o quanto é importante um pacote de benefícios que atenda a todas suas necessidades. Pensando nisso, aderimos ao Programa Empresa Cidadã e acrescentamos benefícios extras ao pacote convencional (vale-refeição, vale-alimentação, vale-transporte, assistência médica).

As unidades Paulista e Burity contam com espaço e equipe de enfermeiros e médicos para atendimento básico e acompanhamento da saúde de quem é PAN e de seus familiares.

Veja aqui nossos benefícios diferenciados

## Em ano de pandemia, cuidamos e acolhemos nossos colaboradores

Em função da pandemia, os colaboradores do PAN passaram a atuar em home office. As ações realizadas durante a pandemia objetivaram apoiar a saúde física e mental dos nossos colaboradores e familiares:

- Aulas semanais online de Yoga;
- Mindfulness e ginástica laboral;
- Serviço Social in company;
- Lives, treinamentos e comunicados informativos sobre saúde mental;
- Adaptação ao novo momento, empatia e conexão por meio da comunicação não violenta com especialistas nos respectivos temas;
- Envio de cadeiras ergonômicas para as casas dos colaboradores;
- Lançamento de novos benefícios gratuitos para colaboradores e dependentes, como o **serviço de telemedicina online**, o **Programa de Apoio ao Colaborador**, que oferece ajuda social, psicológica, jurídica e financeira, e a **Psicoterapia Online**;
- Antecipação dos depósitos de vale-refeição e vale-alimentação, e manutenção de benefícios como auxílio-creche e babá, trabalho com horário flexível etc.;
- Cartilhas informativas sobre bem-estar e boas práticas para evitar o excesso de reuniões, sempre em busca de uma melhor qualidade de vida;
- Realização de campanhas de conscientização sobre a violência contra a mulher diante do aumento no número de casos ao redor do Brasil.





# Desenvolvimento organizacional

A área de **Consultoria Interna de Pessoas** tem o objetivo de acompanhar com mais proximidade as áreas de negócio, exercendo um papel consultivo com as lideranças e equipes. **Os consultores têm a função de potencializar o engajamento e a satisfação dos colaboradores, além de apoiar e promover o desenvolvimento.** São responsáveis por acompanhar as diretorias, participando de reuniões recorrentes com a equipe, conversas de rotina com os líderes, bate-papos sobre estrutura, méritos e promoções. Desenvolvem ações de *assessment*, acompanham planos de ação da Pesquisa de Clima e as solicitações de treinamento e desenvolvimento. Os consultores ainda têm participação ativa no onboarding, programa de coaching e gestão de desempenho.

No fim de 2021, líderes e colaboradores avaliaram os consultores de RH na metodologia NPS. Ao longo deste mesmo ano, a média NPS de todas as diretorias foi 78, resultado considerado Zona de Excelência da metodologia.

Para apoiar o colaborador a atingir suas metas, a área de Desenvolvimento Organizacional promove eventos e treinamentos internos, externos e in company. Durante o ano de 2021, foram realizadas 89.691 horas de treinamento no PAN – uma média de 28 horas por colaborador. **Na área de Desenvolvimento Organizacional e Treinamento, elaboramos diversos conteúdos internamente, mas também trabalhamos com consultorias especializadas, principalmente em temas mais técnicos ou relacionados ao desenvolvimento da liderança.**

## O PAN está ON

Com o início da pandemia, adaptamos todos os nossos treinamentos presenciais para o formato online. Além disso, intensificamos nossos conteúdos de educação à distância e lançamos mais treinamentos especializados em nossa plataforma online “Universidade PAN”, na qual todos os colaboradores têm acesso a mais de 200 cursos, como meio de potencializar o seu desenvolvimento. Além disso, temos parcerias com outras plataformas de cursos online, como a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), que traz cursos relacionados à defesa do consumidor para potencializar o conhecimento e contribuir com as ações voltadas ao cliente, e a ALURA, que possui conteúdo voltado para colaboradores da área de Tecnologia e Segurança da Informação. Em 2021 foram concluídos 2.746 cursos por 713 colaboradores da área de tecnologia dentro da plataforma ALURA, contribuindo para a transformação digital do banco.

No PAN, temos programas específicos em todos os níveis da organização. O programa de desenvolvimento da liderança, por exemplo, é dividido em três grandes grupos, de acordo com a nossa hierarquia. Em cada programa, trabalhamos conteúdos específicos. **Lançamos o “Quero ser Líder”, programa destinado à capacitação e instrumentalização dos colaboradores com cargos de Analista Sênior e Especialista que almejam atuar como líderes, os quais são preparados para os desafios da cadeira de gestão.** Também temos o “PAN X”, nosso programa de multiplicadores internos, em que os próprios colaboradores ministram treinamentos relacionados a temas que dominam. Em 2021, contamos com a parceria

de 20 multiplicadores no programa. Além disso, temos grupos de diálogo e trocas de experiências, como o programa “Trocando Ideias” e o “Clube do Livro PAN”.

Em 2021, lançamos ainda o programa “Inova PAN”, com o objetivo de fomentar o intraempreendedorismo. Os colaboradores sugerem ideias para o PAN e contam com um programa de desenvolvimento e aceleração dos projetos em parceria com consultoria especializada no tema.

## Jornada de seleção

**75**  
ideias inscritas

**14**  
1ª Seleção

**8**  
Pitch Day

**4**  
ideias aceleradas



### Durante o programa tivemos...

- +110 horas** de reuniões de trabalho
- +45 horas** de reuniões com mentores e RH
- +15 horas** de **capacitação** em metodologias de inovação
- +2 mil** mensagens durante a execução dos projetos
- +90** **entrevistas** com clientes e potenciais usuários
- +60** leads gerados durante os **teste de demanda**
- 8.8 NPS** de satisfação dos **intraempreendedores**

### Ganhos do programa

- 1 Um novo olhar para desafios do negócio
- 2 Potencializar uma cultura empreendedora
- 3 Gerar valor para os clientes

O programa “Iniciativas de Valor” é outra iniciativa do PAN, que mobiliza os colaboradores para a inovação e ideias criativas, voltado aos times da Diretoria de Operações, que reúne 300 colaboradores.

Na edição de 2021, o PAN selecionou duas categorias como temas para as sugestões de melhorias: Redução de Custos para Mitigação de Riscos e Melhoria Operacional na Experiência do Cliente.

**57**  
colaboradores inscritos

**48**  
iniciativas apresentadas e 35 delas foram implementadas

**R\$ 11 milhões**  
em ganhos

## Treinamento da Liderança

No PAN, oferecemos programa de desenvolvimento e treinamento para que nossos líderes consigam atingir com mais eficácia a consecução das estratégias corporativas. Um dos objetivos do programa de desenvolvimento da liderança é capacitar os gestores para que disseminem as informações com clareza e transparência a todos os colaboradores e sejam porta-vozes das estratégias do banco. Nesse sentido, atendemos a esse grupo de profissionais de forma completa, diversificando o tipo de programa conforme a necessidade, com foco no Modelo de Gestão e Liderança, contemplando programas específicos para cada um dos grupos de cargos, visando oferecer uma experiência compatível ao momento de carreira e aos desafios da organização. Assim, todos os líderes são envolvidos no processo de desenvolvimento.

### Programa de Desenvolvimento da Alta Liderança

Voltado aos Superintendentes do PAN, conta com módulos que mesclam teoria e prática para desenvolver temas importantes de *soft skills*, como: liderança situacional, *feedback* e comunicação, temas esses que são aplicados com a equipe no dia a dia. Além disso, no final, é realizada uma atividade de *mentoring* individual para sabermos como cada um está aplicando os conceitos.

### Programa de Coach

Programa customizado e realizado por meio da contratação de coaches externos, abrange média e alta liderança e visa acelerar o desenvolvimento dos líderes e proporcionar um acompanhamento mais próximo para executivos que estejam com importantes desafios de carreira. Em 2020 e 2021 foram 40 participantes, com planejamento de continuidade para 2022.

### Liderança Inspiradora

Trilha específica, recomendada na Pesquisa de Clima, para preparar a média liderança em seu processo de desenvolvimento, ministrado em três módulos, com 12 horas de formação. Em 2021: 120 participantes, 86% de participação e NPS +93.

### Assessments

Aplicados aos líderes, em parceria com os Consultores Internos, conforme necessidade identificada. Em 2021 foram 120 *assessments*, somando todas as diretorias.

### Trilha de Desenvolvimento dos Coordenadores

Formação contínua relacionada a diversos temas conectados às competências e comportamentos esperados para este público, como, por exemplo, liderança inclusiva. Em 2021: 6 módulos, 14 horas de formação, 150 participantes, 70% de participação e NPS +81.

### Quero Ser Líder

Programa voltado para Analistas Seniores e Especialistas que buscam se desenvolver para ocupar posições de liderança. O programa foi implementado em 2021 e contou com 80 participantes, sendo que destes 50% foram promovidos.

### Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina

Workshops e mentorias para promover a equidade de gênero na alta liderança, trabalhando a quebra de vieses inconscientes. Em 2021, foram três tipos de encontros:

- 13 para gerentes e acima, 26 horas de formação, 23 participantes, 86 de NPS;
- 4 para coordenadoras e gerentes, 40 horas de formação, 93 participantes, 90 de NPS;
- 2 para gestores das executivas, 4,5 horas de formação, 20 participantes, 100 de NPS. No total, 87% das líderes participaram do programa.

## #OPANéTech

Em 2021 lançamos oficialmente a cultura da Tech no Banco PAN. Foi um marco da nossa transformação, que não é só tecnológica e de trabalho, mas também cultural.

A transformação da nossa cultura, que é complementar a Cultura PAN, partiu da análise do nosso contexto, necessidades dos colaboradores, referências de mercado e, principalmente, na criação de algo que o nosso time se identificasse e inspirasse.

E assim nasceram os pilares do #OPANéTech:



**Simplicidade que conecta, colaboração que evolui**



**Experimentamos, aprendemos e evoluímos**



**Somos referência, buscamos ser e atrair as melhores pessoas**



**Descomplicamos, tornamos o nosso dia a dia leve e descontraído**



**Conhecimento bom, é conhecimento compartilhado**

“Em parceria com o Instituto de Gestão e Tecnologia da Informação (IGTI), abrimos o processo seletivo para **1.000 bolsas de estudos** no curso de desenvolvedor de software.”

## Bootcamp PAN

Visando a capacitação e a promoção da empregabilidade na área de Tecnologia, em 2021, lançamos o “Bootcamp PAN”. Em parceria com o Instituto de Gestão e Tecnologia da Informação (IGTI), abrimos o processo seletivo para 1.000 bolsas de estudos no curso de desenvolvedor de software.

O Bootcamp foi estruturado de forma online, com duração de nove semanas, totalizando 148 horas de conteúdo. Os pré-requisitos para inscrição foram Ensino Médio completo e ter mais que 18 anos, sem a necessidade de ter conhecimento prévio na área. O processo seletivo contou com uma prova classificatória, composta por perguntas objetivas de lógica e raciocínio matemático, além de preenchimento de questionário socioeconômico, que foram determinantes para a aprovação no processo.

As aulas começaram em 13 de setembro, ocorreram semanalmente por videoconferência e tinham como foco duas das principais tecnologias utilizadas no mercado: Angular para Front End e Java SpringBoot para back-end.

**A proposta foi de que os alunos aprendessem sobre interface de navegação e ferramentas de interação com o usuário, além de realizarem o planejamento, criação, implementação e manutenção da estrutura que forma a base de um site.** Ao fim da capacitação, além do certificado de formação, os melhores participantes são selecionados para oportunidades de emprego no PAN.

## PAN Academy

Em parceria com a Gama Academy, escola que forma profissionais para o mercado digital, lançamos em 2021 o “PAN Academy”. O programa selecionou 100 pessoas para treinamento em programação back-end, com foco em Java e Cloud, para serem capacitados ao longo de 10 semanas com conteúdo síncrono e assíncrono por cerca de 390 horas.

Foram distribuídas cinco mil bolsas para um pré-treinamento em introdução a programação, para o público interessado em ingressar na área de tecnologia.

**“Só neste ano, já aumentamos nosso time de TI em 65 colaboradores e seguimos em ritmo acelerado para continuar crescendo, focando na digitalização dos nossos produtos e serviços. A área de tecnologia do PAN é parte fundamental desse processo, e poder ajudar na capacitação de novos profissionais é motivo de muito orgulho para nós”,** afirma Leandro Marçal, diretor de Tecnologia, Operações e CRM.

## Yoda Day

Sabemos que além de ferramentas, conteúdos e parcerias, ter tempo para se dedicar ao aprendizado é chave para sucesso. Por isso, em 2021 lançamos o YodaDay, um momento semanal dedicado ao aprendizado e compartilhamento de conhecimento dentro da área de tecnologia do PAN.

Toda quarta-feira pela manhã temos um workshop de capacitação com o time geral de Tecnologia, trazendo diversos assuntos variados.

foram

**27**

apresentações

média de

**150**

pessoas por sessão

cerca de

**40,5**

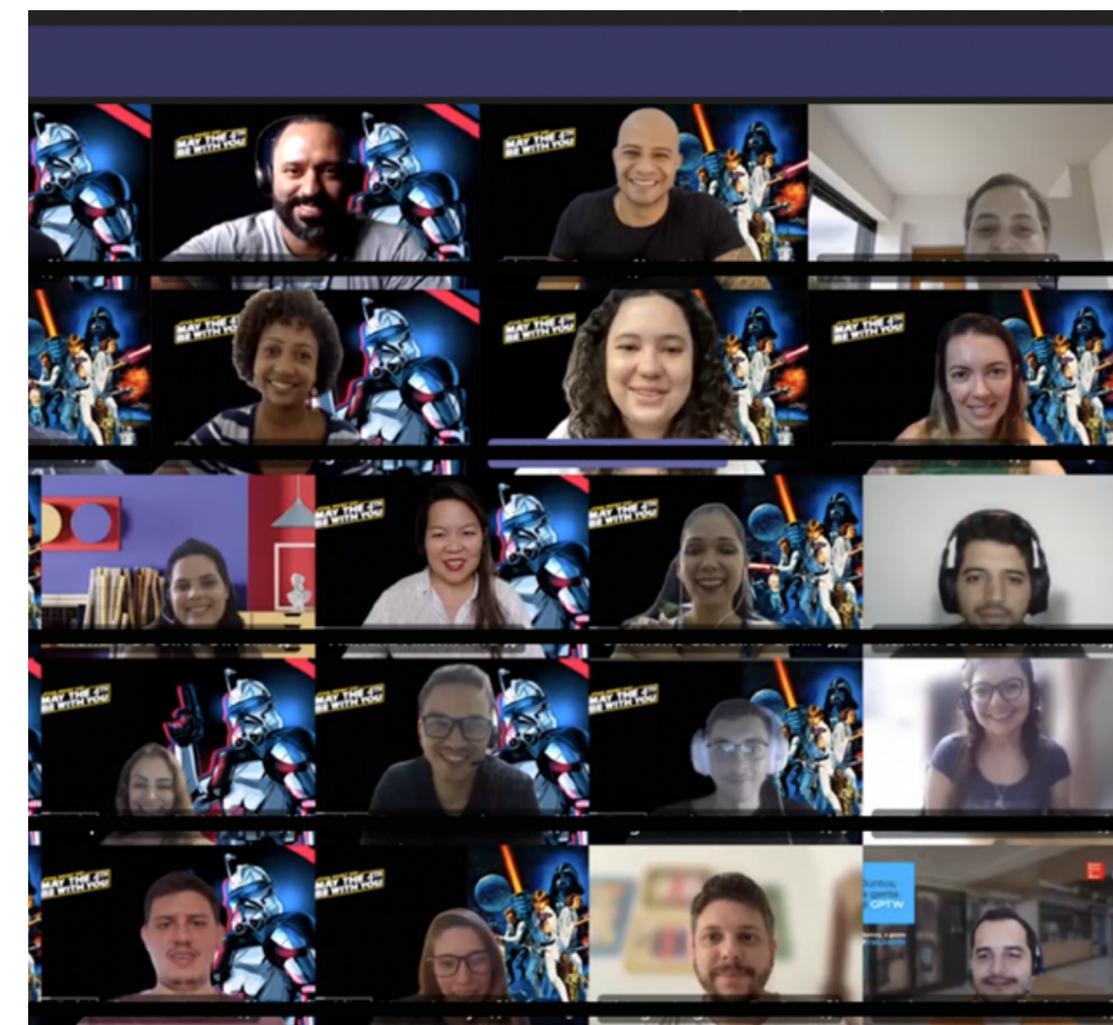
horas de aprendizado

**4**

apresentações com convidados externos

## Guildas

Guildas são grupos que possuem interesse em um tema comum e se reúnem para compartilhar conhecimento, boas práticas, cases e lições aprendidas. Em 2021, para apoiar o nosso time de tecnologia em suas jornadas de aprendizado e desenvolvimento, passamos a estimular a criação de novas guildas com encontros quinzenais e encerramos o ano com um total de nove Guildas estruturadas. São elas: Front End, Back End, iOS, Android, QA, Comunidade de Dados, DevOps, SRE e Agilidade.





## Universidade do Correspondente

Em setembro de 2021, criamos uma plataforma de educação e ensino a distância (EAD) para nossos correspondentes bancários, a “Universidade do Correspondente”, com conteúdo sobre produtos e temas importantes como LGPD, prevenção a fraudes e segurança da informação, além de vídeos lúdicos para autodesenvolvimento.

**A plataforma é totalmente gratuita, dispõe atualmente de 17 cursos que geram certificado após sua conclusão e aprovação e novos conteúdos estão sempre em desenvolvimento,** além da publicação de temas relevantes ao dia a dia do correspondente.

A Universidade já tem mais de cem mil alunos aptos a acessarem a biblioteca de cursos, sendo que mais de cinco mil cursos já foram concluídos ou estão em fase de conclusão.

## Incentivo à especialização

### GRI 404-2

Contamos com um programa de incentivo à especialização que apoia o colaborador no ingresso em uma pós-graduação ou MBA, com subsídio de 50% do valor total do curso.

**Em 2021, 121 colaboradores participaram do programa de incentivo à especialização, representando um investimento superior a R\$ 560 mil.**

## Programa de Estágio

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

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

Cada estagiário contratado tem um projeto de acordo com o seu curso e necessidade da área em que atua, com acompanhamento da gestão e da área de Pessoas, que também realiza uma avaliação quadrimestral de performance e desenvolvimento profissional.

Os estagiários contam ainda com feedbacks recorrentes, treinamentos específicos para aprimorar as competências, ações e eventos corporativos de acordo com o seu interesse e acesso livre aos cursos da Universidade PAN.

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

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



## Internalizando a Agenda ESG

Em 2021, estruturamos uma área responsável pela Agenda ESG dentro da Diretoria Financeira e de Relações com Investidores, criamos um Comitê ESG, lançamos nosso primeiro relatório e iniciamos processos internos de adequação a padrões de desenvolvimento sustentável reconhecidos internacionalmente. Porém, sabemos que nada disso será 100% efetivo se nossos colaboradores não estiverem alinhados e nossa cultura não contemplar esses aspectos. Por esse motivo, ao longo de 2021, realizamos treinamentos, lives e reuniões dedicados a divulgar e educar sobre a nossa Agenda ESG.

Todos os líderes do PAN foram convocados para um treinamento obrigatório sobre o tema ESG, em parceria com uma consultoria especializada. Além disso, lançamos um curso na Universidade PAN e fizemos uma cartilha explicativa sobre o tema para todos os colaboradores.

Para trazer maior interesse e instigar nossos colaboradores a proporem novos produtos, soluções e processos sustentáveis, realizamos três lives com convidados especiais e debatemos juntos sobre o tema de maneira criativa.



# ESG

## Por um PAN cada vez melhor

Você já ouviu falar em ESG? Esse termo representa **práticas ambientais, sociais e de governança**, que guiam ações e metas para tornar o PAN cada vez melhor.

O tema é de vital importância para garantir a perpetuidade de nossos negócios e deve servir de guia para todas as ações, produtos e campanhas que fazemos dentro do PAN.

Por isso, selecionamos 10 temas para guiar nossa trajetória ESG, divididos em **3 grandes bandeiras**:

- 1 PELA INCLUSÃO E FORMAÇÃO DO BRASILEIRO**
- 2 POR UM MUNDO MELHOR NA PRÁTICA**
- 3 FAZENDO DO JEITO CERTO**

Quer saber mais? Participe da nossa Live!

### LIVE DE LANÇAMENTO ESG

17/09 | 15h30 às 17h

[Clique para acessar](#)



# POR UM PAN MELHOR.

Navegar na jornada do ESG envolve percorrer questões ambientais, sociais e de governança. Mas como fazer desse caminho um sucesso?

Para falar sobre esse assunto e dar continuidade à nossa pauta de ESG, convidamos um especialista para um bate-papo online e imperdível. Participe!

### Fatores críticos de sucesso para navegar a Jornada Estratégica ESG

16/12 | 16h

[Salve na agenda](#)



**Com Sebastian Yoshizato Soares**  
É sócio-líder de ESG e Governança Corporativa da KPMG Brasil, além de membro do IBRACON, IBCC e da ANEFAC. Graduado em Administração de Empresas e Ciências Contábeis, já atuou com clientes como Honda, Panasonic e Cargill.



POR UM PAN MELHOR.



# Equipe PAN em números

GRI 102-8 | 405-1

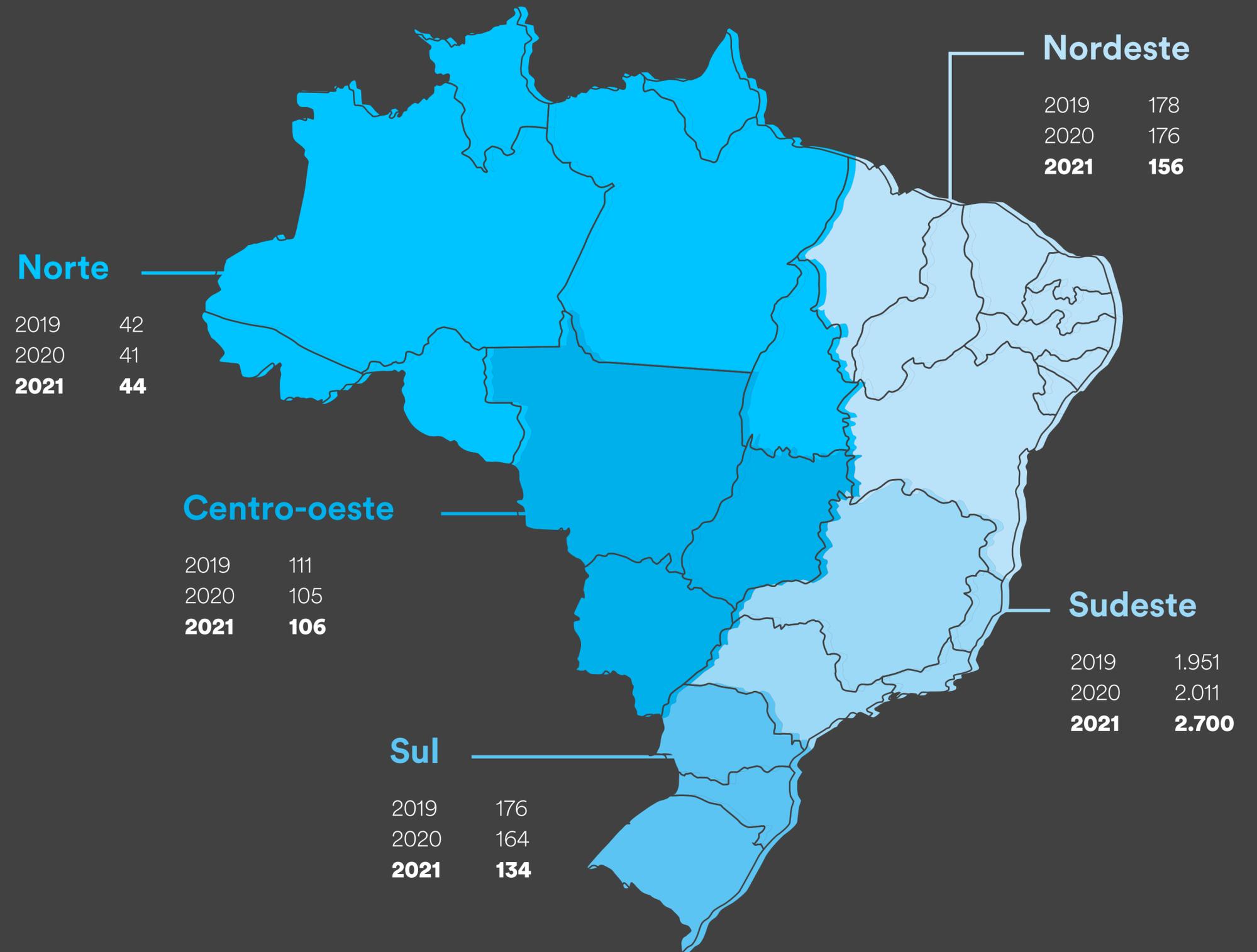
## 3.140

Colaboradores em 2021

2020	<b>2.497</b>
2019	<b>2.458</b>

### Números de terceirizados

2019	2020	2021
<b>617</b>	<b>449</b>	<b>592</b>



# Comunidade

GRI 413-1

Nosso posicionamento reflete a cultura do brasileiro.

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

Tendo isso em vista, entendemos que fomentamos o ciclo econômico do nosso país, investindo na formação da nossa sociedade em quatro territórios de marca, os quais foram criados a partir da nossa essência, levando em consideração o nosso público.



## Os territórios da marca PAN guiam nossa atuação

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

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

## João, 35 anos

Casado, 3 filhos, 1 cachorro

- Principal provedor da receita familiar
- Vendedor + complementa a renda como motorista do Uber
- Tem carro próprio
- Casa alugada

### Comportamento

- Lutador
- Família em primeiro lugar
- Ama churrasco nos finais de semana
- Acredita em vivência: se aprende fazendo

### O que usa

- Whatsapp e e-mail diariamente
- Busca na internet quando quer entender algum assunto/ comparar preços para alguma compra

### Momento da vida

- A vida é difícil mas não está ruim
- Garante o básico para a família (alimentação, contas da casa, saúde)
- Trabalhando duro para dar conta das despesas



### Finanças

- Desconfia de bancos. Só quer resolver seus problemas
- Tem pouco crédito: só compra parcelado ou com cartão de outros
- Quer se organizar melhor, não pagar juros desnecessários
- Tem algumas dívidas
- Não sobra praticamente nada, mesmo com renda extra

### Objetivos

- Ter mais tempo livre com a família e se divertir mais
- Comprar um terreno e construir a casa própria
- Montar seu próprio negócio

### Território 1

#### Conhecimento formal e informação / educação financeira

O conhecimento é a capacidade humana de entender, aprender e compreender as coisas. Além disso, ele pode ser aplicado criando e experimentando o novo.

Por isso, **entendemos que proporcionar conhecimento de maneira tão simples e, ao mesmo tempo, tão abrangente quanto o termo proporciona, sem se limitar à formação da sala de aula, é nossa forma de mostrar que queremos ir além.**

Trabalhamos em diversas frentes de inclusão derivadas do conhecimento: social, digital, mercado de trabalho, empreendedorismo, entre outras.

Além da fomentação do conhecimento formal e informal, a disseminação de conhecimento financeiro contribui para o fortalecimento das famílias brasileiras, tratando desde temas básicos e simples, termos e expressões, até temas mais complexos e avançados para abranger todo o universo relacionado à educação financeira.

### Território 2

#### Cultura do brasileiro

Proporcionamos conhecimento cultural de maneira abrangente, trazendo à tona aspectos culturais brasileiros, origens e DNA do brasileiro, com a intenção de gerar orgulho de onde viemos e por sermos quem somos.

### Território 3

#### Saúde e esporte

Acreditamos que zelar pela saúde e o bem-estar da sociedade brasileira é uma forma de assegurar recursos que viabilizem o desenvolvimento de todos.

**Ao direcionar a atenção de crianças e adolescentes ao esporte, enraizamos valores como disciplina, respeito, integração e constância.** O esporte também fomenta o esforço individual e coletivo para contribuir para o desenvolvimento e realização pessoal, independentemente da idade, gênero, origem, crença e opiniões.



# Comunidade

GRI 413-1



## Nossa contribuição social

GRI 203-1

Nossas frentes	Conhecimento formal e informal/ Educação financeira	Cultura do brasileiro	Saúde e esporte	Total
Investimento social privado em 2021	R\$ 2.462.464,00	R\$ 2.192.422,00	R\$ 3.555.466,00	R\$ 8.210.352,00
Investimento não incentivado	R\$ 245.000,00	-	R\$ 846.800,00	R\$ 1.091.800,00
Número de projetos não incentivados	2	-	3	5
Investimento incentivado	R\$ 2.217.464,00	R\$ 2.192.422,00	R\$ 2.708.666,00	R\$ 7.118.552,00
Número de projetos incentivados	4	3	9	16
Investimento social privado em 2020	R\$ 2.655.000,00	R\$ 871.422,00	R\$ 2.692.710,00	R\$ 9.219.132,00

# Projetos e campanhas apoiados

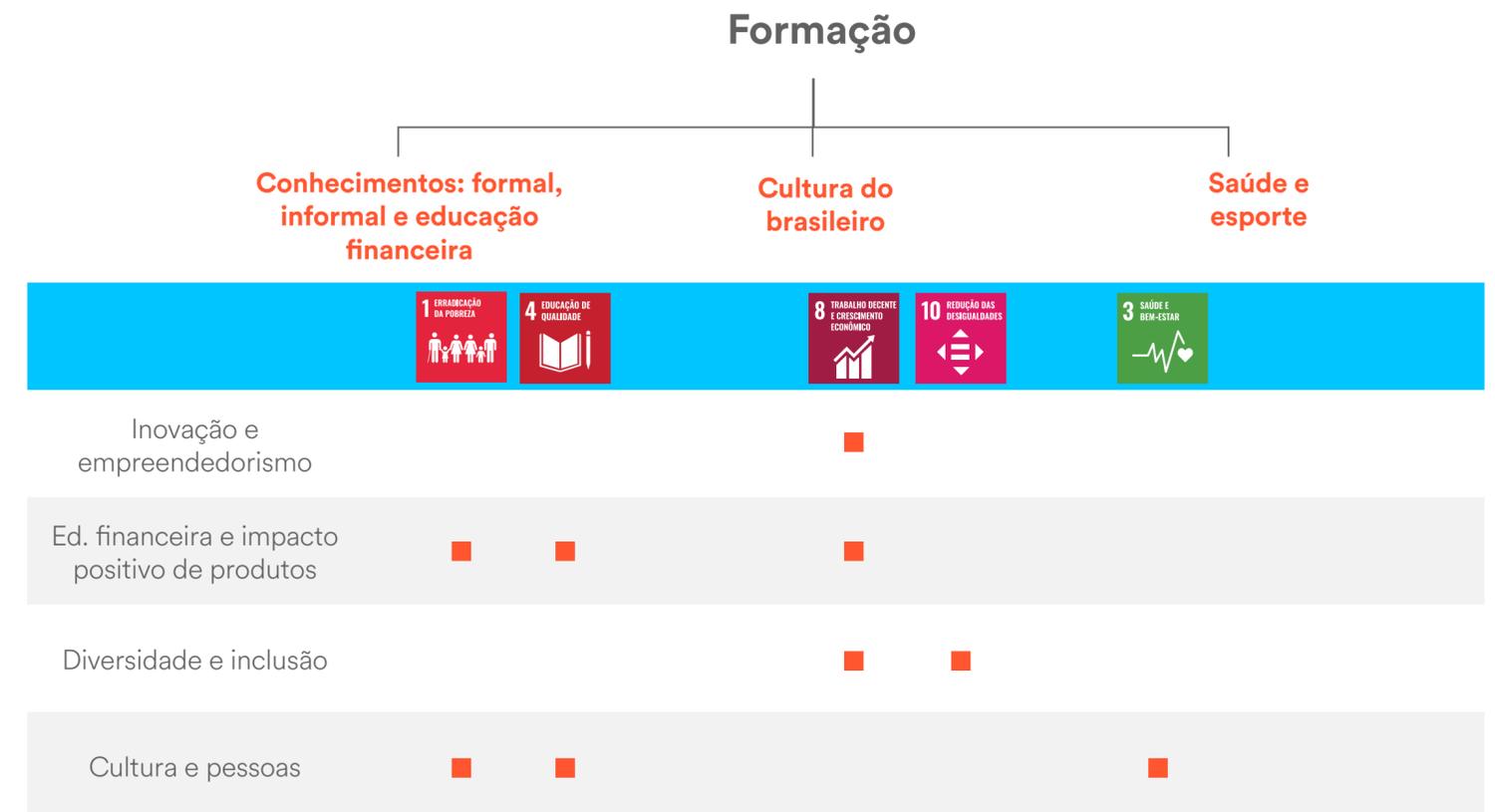
## 2021: Resumo do ano

21 projetos // Todos os territórios cobertos

Em 2021, os projetos estão conversando com todos os nossos territórios, envolvendo doações, projetos não incentivados, produtos e conteúdos de marca.

Territórios / Frentes	Doações	Projetos não incentivados	Produtos	Conteúdo de marca
Conhecimentos: formal, informal e educação financeira	5 projetos	2 projetos	Plataforma de educação digital	Workshop nas comunidades, Feira PAN e Canal Fazer mais Blog Amigo do Dinheiro
Cultura do brasileiro	3 projetos	-	-	Feira PAN Arts SP
Saúde e esporte	9 projetos	2 projetos	PAN Saúde	-

## ODS x PAN x Territórios



[Conheça mais detalhes sobre os projetos apoiados aqui](#)

# 2

## Por um mundo melhor na prática

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



## Foco no cliente

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

**Acreditamos no potencial que a inclusão financeira pode ter na vida dos nossos clientes e de todos os brasileiros.** Por isso, garantimos acesso a contas bancárias, cartões de débito e produtos transacionais para todos.

Também expandimos cada dia mais a nossa carteira de crédito, com um portfólio de produtos crescente e focado em fazer a diferença na vida do nosso público-alvo.

Desse modo, atuamos com uma plataforma digital completa focada em pessoas físicas, oferecendo ampla gama de produtos e serviços, como conta corrente digital sem tarifa, cartão de crédito sem anuidade, crédito em diferentes linhas, meios de pagamentos, seguros, marketplace, *cashback* e até serviços de saúde preventiva.

Ouvir e entender o que os clientes precisam é o nosso ponto de partida para buscar a melhor solução.

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





# Cultura de centralidade no cliente

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

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

Vale destacar também a definição das metas de qualidade de serviços e satisfação relacionadas a reclamações nos canais Bacen, Consumidor.gov e indicadores NPS Relacional para todo o banco em 2021, representando 25% do peso total das metas corporativas.

Acreditamos que o alinhamento da centralidade no cliente às metas institucionais reforça nosso **objetivo final de cada vez mais colocar o “nosso cliente em foco”**.

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

## Nossas ações

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

## Satisfação dos clientes

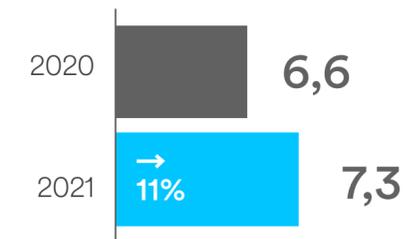
Medimos a satisfação dos nossos clientes através do Customer Satisfaction Score (CSAT) nos nossos canais de atendimento, além de indicadores de NPS relacional e nas jornadas de aquisição de produtos e serviços.

Somado a isso, acompanhamos e atuamos continuamente para melhorar os indicadores públicos, tais quais índice de reputação do Reclame Aqui, Ranking de Reclamações Bacen, ranking de qualidade e tempo médio da solução Ouvidoria.

Ressaltamos as nossas conquistas e melhoria de performance em cada canal no período de 2020 e 2021

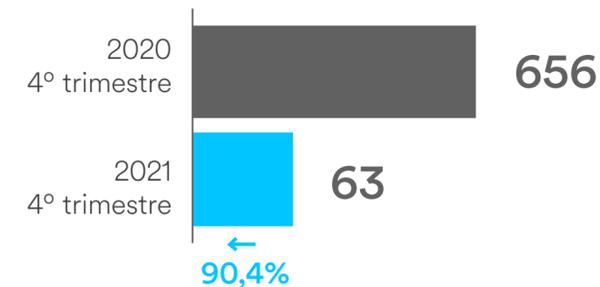
### Reclame Aqui

Nota de reputação com crescimento de 11% do indicador e reputação de regular para BOM em 2021.



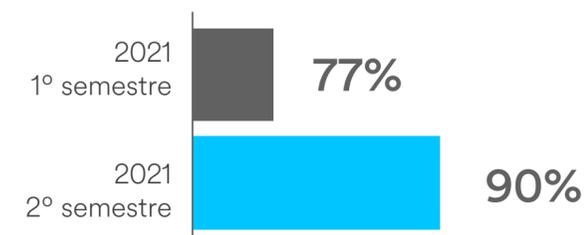
### BACEN

No Ranking Geral do Índice Bacen, conquistamos o nosso melhor indicador desde 2018, representando uma queda expressiva com maior reflexo em 2021.



### Tempo médio de solução no atendimento

Em 2021, apresentamos evolução no tempo médio de solução de demandas direcionadas aos canais de atendimento. As demandas que dependiam de análise de áreas especializadas, não sendo resolvidas no ato, foram solucionadas em menos de 5 dias em 90% dos casos no 2º semestre de 2021, contra 77% no 1º semestre, evidenciando os investimentos e foco na estratégia de satisfação dos cliente



## Ouvidoria

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

Temos uma equipe corporativa *multiskill* e acessível a todas as partes interessadas, em especial aos mais de **17 milhões** de clientes do Banco PAN, através de telefone ou formulário disponível no site do banco.

Além do escopo previsto na Resolução 4.860/2020, a Ouvidoria atende demandas encaminhadas por meio do Bacen (Sistema de Registro de Demandas do Cidadão – RDR), através dos Procons (atendimento telefônico aos técnicos dos Procons – Procon Fone, Carta de Informações Preliminares e Audiências) e Núcleos de Defesa do Consumidor das Defensorias Públicas.

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

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

**Para reforçar o compromisso da alta administração com as demandas dos nossos clientes, quinzenalmente é realizado nosso Comitê de Clientes e Ouvidoria**, que tem como objetivo não só garantir a efetividade das ações corretivas ou preventivas de satisfação do cliente, mas também avaliar as causas das demandas registradas nos canais primários de atendimento e nos canais atendidos pela Ouvidoria.

Em 2021, somando-se as entradas pelos diversos canais, a Ouvidoria PAN recebeu um volume total de 4.684 demandas por milhão de clientes, um valor 55% inferior às 10.548 demandas por milhão de clientes em 2020.



A Ouvidoria PAN está alocada na Diretoria de Pessoas, Jurídico e Ouvidoria e conta com uma equipe formada por **42 colaboradores internos**, devidamente certificados, treinados e com habilidades necessárias para mediar conflitos e serem tempestivos e resolutivos no atendimento das demandas dos nossos clientes.

É também atribuição da Ouvidoria PAN a realização de reuniões periódicas com as áreas comerciais, de produtos e de suporte, em conjunto com as equipes responsáveis pelos canais de atendimento, de modo a discutir as oportunidades de melhorias operacionais, de sistemas e processos e de treinamento às equipes de analistas. A partir dessas reuniões, diversos aprimoramentos são planejados e implementados, o que garante mais eficiência e eficácia na resolução das demandas.

2018

26

26 Implementados

2019

43

39 implementados

4 cancelados/ em andamento

2020

28

27 Implementados

1 cancelados/ em andamento

2021

40

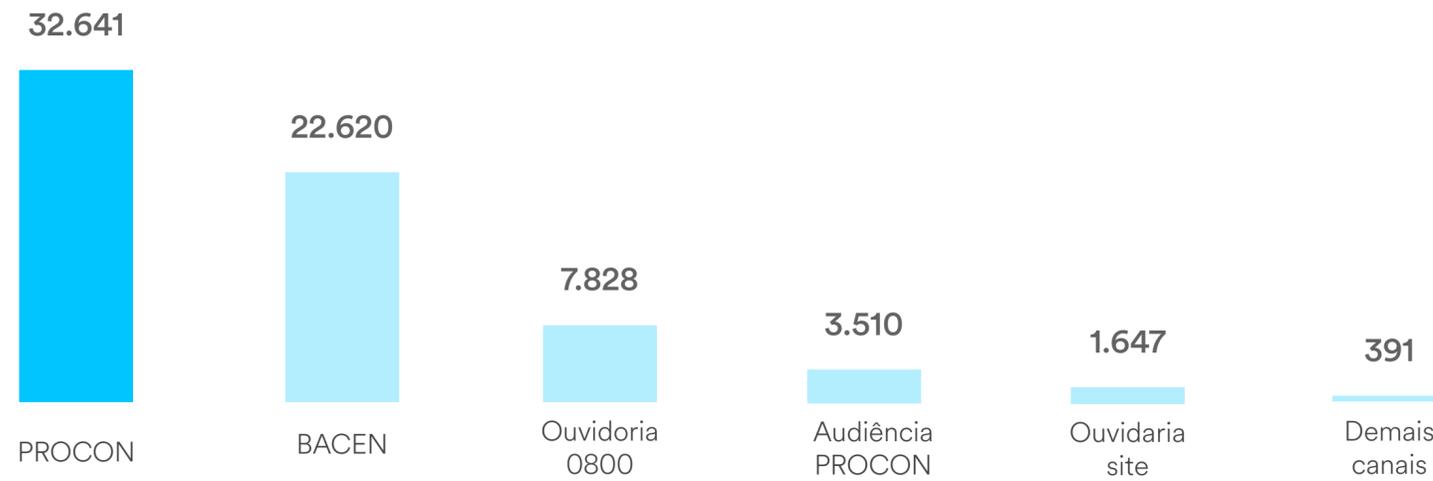
33 Implementados

7 em andamento

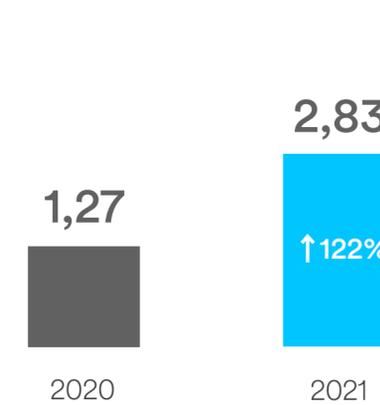
## Indicadores 2021

Célula de atendimento	Canais de ouvidoria	Total de interações registradas	Total de demandas com tratamento interno
Ouvidoria	Ouvidoria 0800 atendimento aos clientes Resolução CMNnº4.433/2015	18.510	7.828
	Ouvidoria Site	1.649	1.647
BACEN		22.688	22.620
PROCON	PROCON	32.714	32.641
	Audiência PROCON	3.514	3.510
Demais canais		1.024	391
<b>Total</b>		<b>80.099</b>	<b>68.637</b>

**Total de demandas tratadas por canal 2021**



**Qualidade da Ouvidoria**

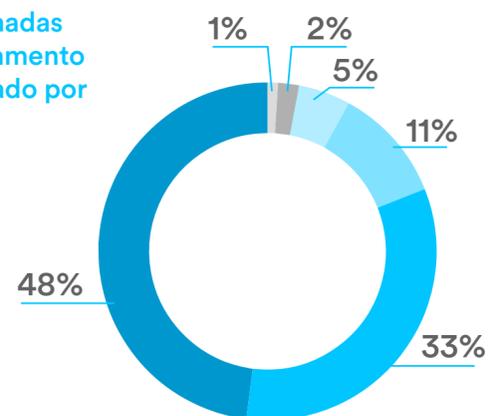


No Ranking de Qualidade Ouvidoria, conquistamos o melhor indicador desde 2018, representando uma evolução de 122% na satisfação dos nossos clientes.

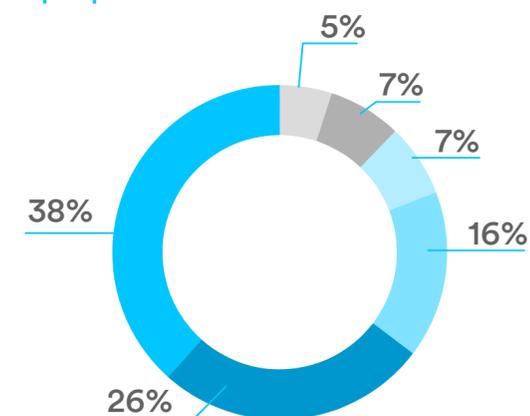
Com foco na excelência e Cliente no Centro, o PAN recebeu a premiação Ouvidoria Brasil 2021 – Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente (ABRAREC).

**% por canal e produto 2021**

% de demandas encaminhadas para tratamento segmentado por canal

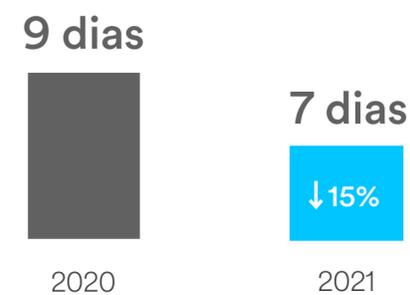


% por produto



- PROCON
- Audiência PROCON
- Cartão consignado
- Conta digital
- BRACEN
- Ouvidoria site
- Consignado
- Veículos
- Ouvidoria 0800
- Demais canais
- Cartão
- Demais produtos

**TMS Ouvidoria**



Com relação ao Tempo Médio de Solução, estamos atuando dentro do prazo previsto da resolução 4.860 e buscamos reduzir continuamente a quantidade de dias, sendo uma de nossas metas.

# Fornecedores e parceiros

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

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

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

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

É inaceitável que os nossos prestadores de serviços e fornecedores utilizem qualquer forma de trabalho infantil ou forçado, entre outros, estabeleçam condições de trabalho inadequadas, ou cometam abusos físicos e psicológicos de qualquer espécie. Também não é permitida a manutenção de vínculos comerciais e pessoais com fornecedores ou prestadores de serviços, que possam influenciar a tomada de decisão e comprometer a isenção do PAN.

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

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

## Os números dos fornecedores do PAN

GRI 102-9 | 204-1

---

# 2.267

fornecedores ao final de 2021

---

# 1.504

fornecedores contratados em 2021

---

# 99,3%

fornecedores nacionais

---

# 0,7%

fornecedores internacionais

## Governança de Fornecedores

GRI | 308-2 | 102-42

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

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

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

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

Demandas referentes à contratação de serviços de processamento e armazenamento de dados e de computação em nuvem, conforme previsto na Resolução CMN nº 4.658/2018, que se enquadrarem ou aderirem à Resolução 4658 Bacen, serão analisadas pela Segurança da Informação.

## Queremos conhecer a atuação socioambiental dos nossos fornecedores

GRI 414-1

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

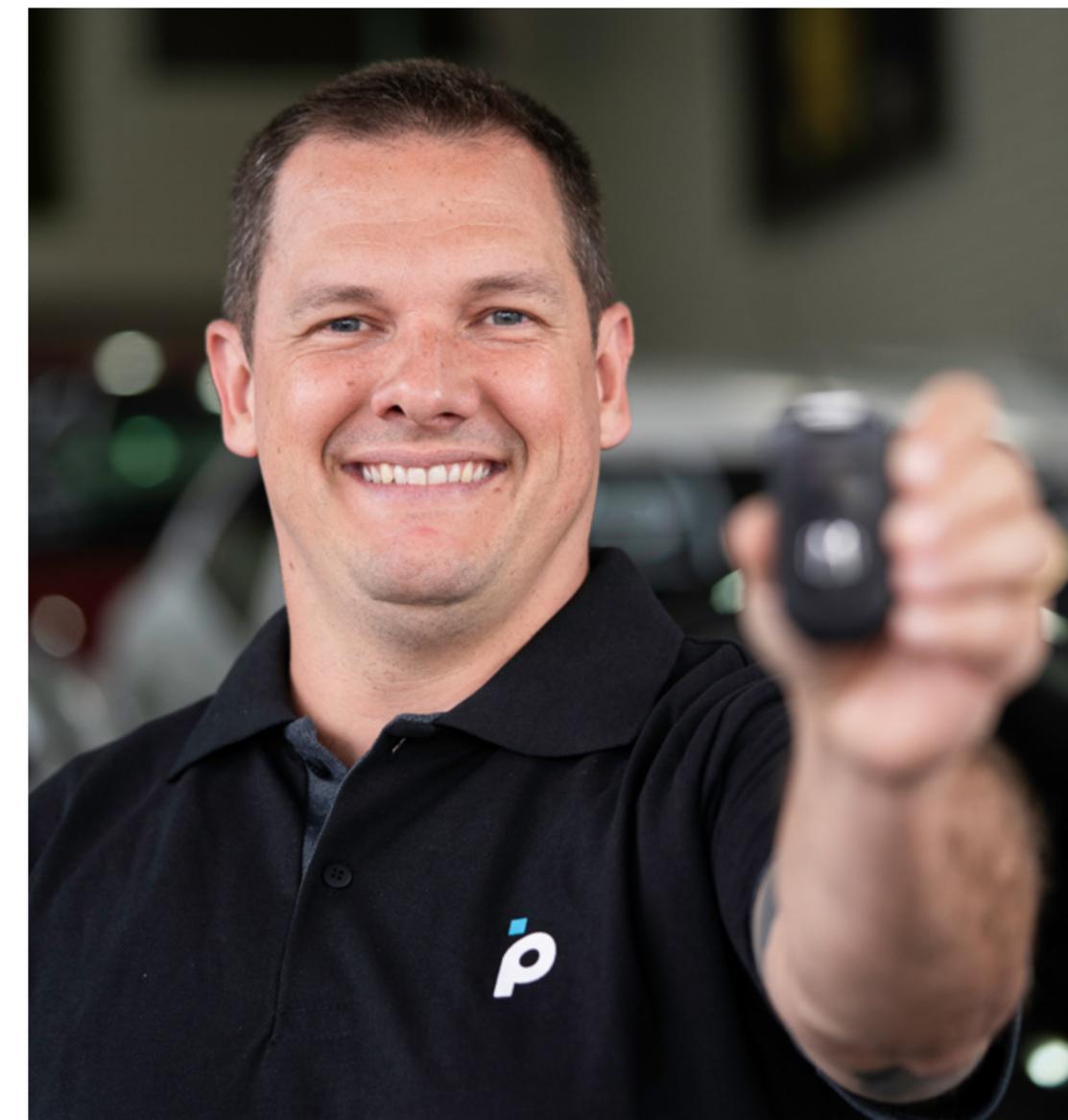
Aplicamos o Questionário Socioambiental no processo de contratação de fornecedores para análise de questões que abrangem práticas de gestão de saúde e segurança do trabalho, riscos ambientais e mídia negativa.

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

**Selecionamos fornecedores que estejam em consonância com a nossa cultura, bem como com a cultura do nosso público-alvo, especialmente prestadores que representem o PAN direta ou indiretamente.**

## Comitê de Compras

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



# Inventário de emissões

GRI 305-1 a 305-7

Junto com nossos clientes, parceiros e colaboradores, estamos construindo um mundo melhor!

Buscamos constantemente promover negócios sustentáveis, que agreguem de maneira positiva para a nossa comunidade, assim como para os nossos clientes, acionistas, parceiros e colaboradores. Entretanto, entendemos que parte dos nossos negócios pode impactar negativamente o meio ambiente. Por esse motivo, definimos como um de nossos temas materiais a Mudança Climática e a Gestão de Recursos Naturais, para iniciarmos essa jornada, perseguindo objetivos claros e efetivos.

**Queremos desenvolver produtos e serviços que facilitem o uso consciente de recursos naturais e respeitem o meio ambiente, sempre controlando as emissões de gases de efeito estufa que causamos direta ou indiretamente, por meio das nossas atividades.**

Nosso papel como instituição financeira é promover o desenvolvimento econômico de nossa sociedade de maneira responsável, influenciando positivamente nossos clientes, colaboradores, fornecedores e parceiros. O mapeamento e tratamento das emissões de gases de efeito estufa é parte importante desse processo.

Em busca por uma transparência cada vez maior, em 2021 realizamos um mapeamento intensivo de todas as atividades, produtos e filiais, para identificar nossas emissões de gases causadores do efeito estufa dentro dos Escopos 1, 2 e 3, segundo classificação do GHG Protocol, ferramenta utilizada para entender, quantificar e gerenciar emissões de GEE. O Inventário de Carbono do 2021 do Banco PAN, sob a abordagem de controle operacional, foi auditado e verificado em nível de confiança Razoável nos 3 escopos pelo Instituto Totum em Abril de 2022.

Além disso, entendemos o impacto que os nossos produtos podem causar na agenda climática. Com isso em mente, **mapeamos pela primeira vez as emissões de carbono de todos os veículos com contratos de financiamento ativos em 2021. Com base nessa análise, vamos propor soluções que busquem mitigar e adaptar nossa carteira de veículos às mudanças climáticas.**

## O que são emissões de GEE?

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

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

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



## Metodologia

### Limites operacionais

Para o melhor desempenho da gestão de emissão de gases do efeito estufa, são estabelecidos escopos com base no GHG *Protocol*, que delimitam e direcionam responsabilidades e formas de monitoramento dos gases e suas fontes.

#### Escopo 1

São emissões de GEE de responsabilidade direta do PAN. Em nossas operações, elas se referem a características estruturais dos nossos prédios, que no caso contemplam três fontes de emissão:

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

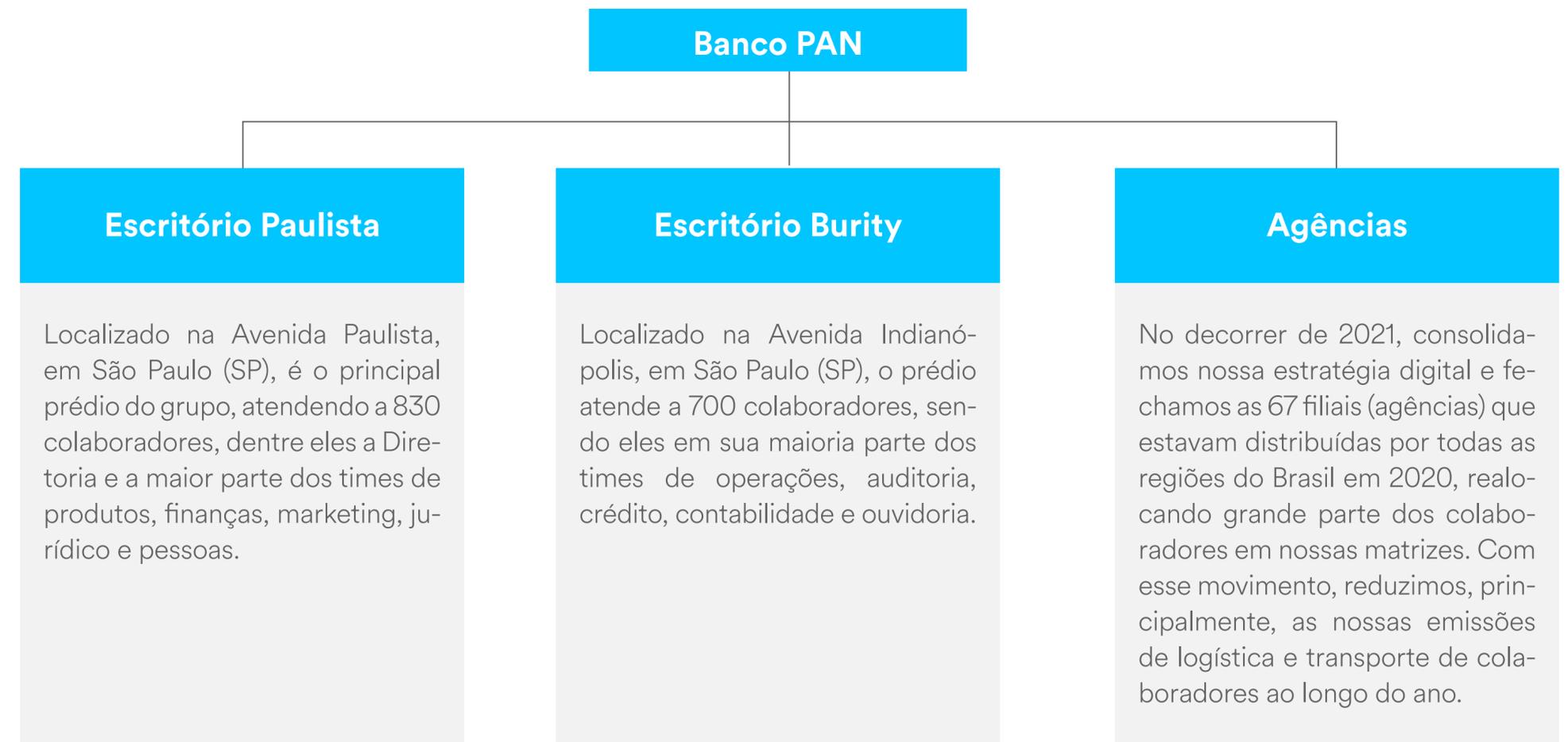
#### Escopo 2

São as emissões de GEE de responsabilidade indireta e provenientes da aquisição e consumo de energia elétrica em nossos prédios.

#### Escopo 3

Abrange as emissões indiretas que ocorrem na cadeia de valor da empresa e estão ligadas às operações do banco, como por exemplo o deslocamento de colaboradores e as viagens a negócios.

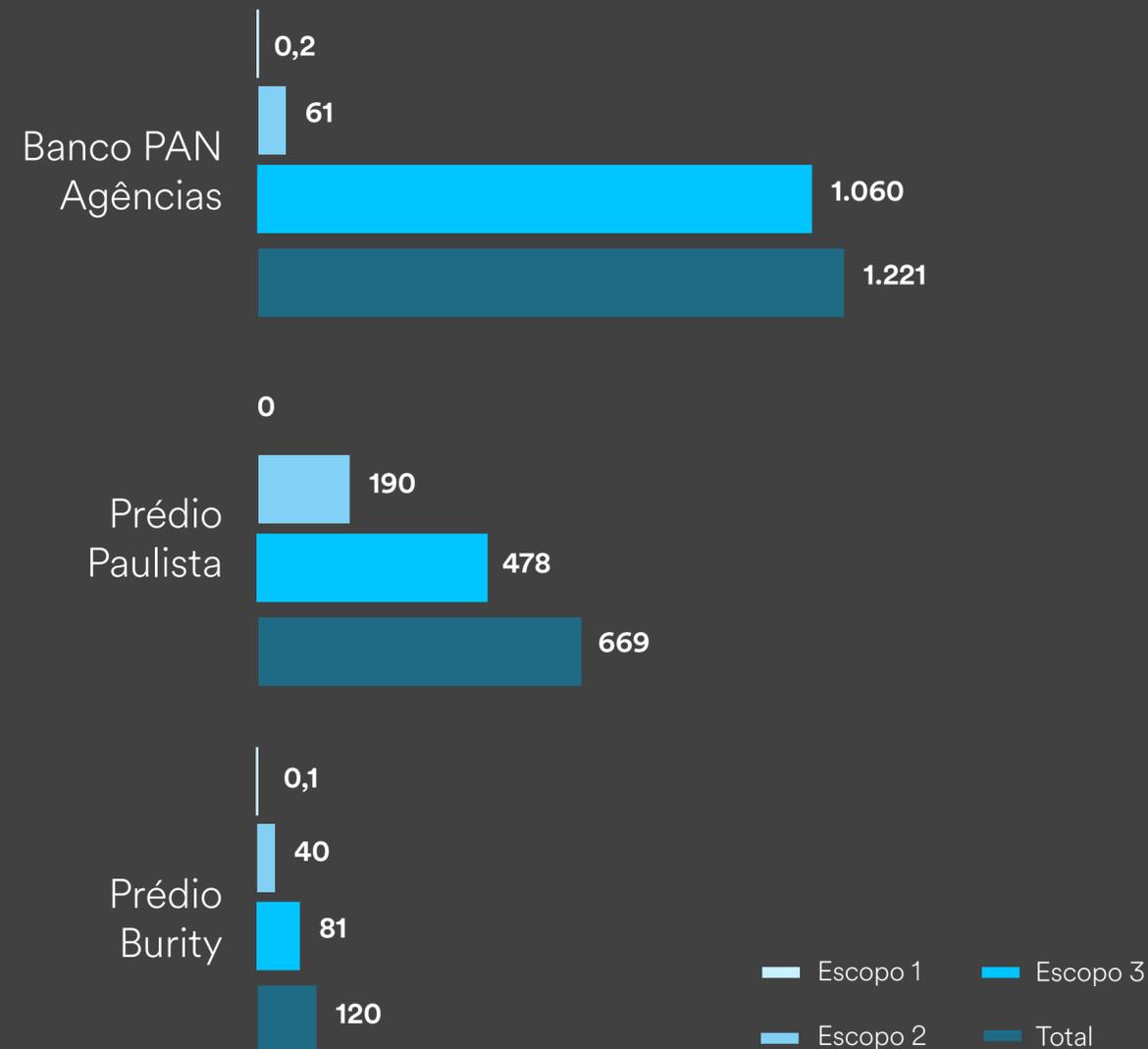
### Abrangência das emissões



## Nossas emissões

### Emissões de GEE por hierarquia e escopo (tCO<sub>2</sub>e)

As emissões de GEE são apresentadas em tCO<sub>2</sub>e



### Emissões de GEE - Escopo 1

GRI 305-1

Família de gás	Gás	GWP	Escopo 1
CO2	CO2	1	0,28
	HFC-32	677	0,00
	HFC-125	3.170	0,00
HFC	HFC-134a	1.300	0,00
	<b>Totais</b>		0,28

### Emissões de GEE - Escopo 2

GRI 305-2

Família de gás	Gás	GWP	Escopo 2
CO2	CO2	1	290,95
<b>Totais</b>			290,95

### Emissões de GEE - Escopo 3

GRI 305-3

Família de gás	Gás	GWP	Escopo 3
CH4	CH4	28	130,67
CO2	CO2	1	1.552,06
N2O	N2O	265	36,30
<b>Totais</b>			1.719,03

Escopo 3: Outras emissões indiretas. GWP = Global Warming Potencial (Potencial de aquecimento global). Valores em tCO<sub>2</sub>e

## Emissões de GEE – comparativo anual

Escopo	Categoria	2020	2021
Escopo 1	<b>Total</b>	<b>362</b>	<b>0</b>
	Fugitivas	362	0
Escopo 2	<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>291</b>
	Aquisição de energia elétrica	215	291
Escopo 3	<b>Total</b>	<b>5.006</b>	<b>1.719</b>
	Atividades relacionadas com combustível e energia não incluídas nos escopos 1 e 2	1	13
	Deslocamento de funcionários (casa-trabalho)	351	41
	Resíduos gerados nas operações	99	120
	Transporte e distribuição (upstream)	3.555	592
	Viagens a negócios	999	953
<b>Total geral</b>		<b>5.583</b>	<b>2.010</b>

Pensando no desafio que assumimos em construir um mundo melhor, em 2020 passamos a mensurar nossas emissões de gases de efeito estufa, e em 2021, iniciamos uma jornada de combate à mudança climática, adotando estratégias de mitigação e adaptação.

**Como estratégia de mitigação, estamos investindo em educação para nossos colaboradores e parceiros e estruturando materiais de educação para nossos clientes de financiamento de veículos.** Enquanto trabalhamos nessas estratégias, tomamos a decisão de compensar 100% das nossas emissões de Escopo 1, 2 e 3.

Para isso, realizamos a compra de créditos de carbono de dois projetos da Biofílica Ambipar Environment, Projeto REDD+ Jari Amapá e Projeto BT Geradora, sendo o primeiro, que é desenvolvido pela Biofílica, focado na redução de emissões por desmatamento e degradação florestal (REDD+), cujos créditos foram utilizados para compensar as emissões de Escopo 1 e 2. Já o segundo projeto é intermediado pela Biofílica, cujos créditos foram utilizados para compensar as emissões de Escopo 3, e consiste na geração de energia elétrica por fontes renováveis para o desenvolvimento da economia brasileira de maneira sustentável e promovendo qualidade de vida.



Conheça um pouco melhor os projetos apoiados

# Projeto REDD + Jari Amapá

Desenvolver uma agricultura familiar em simbiose com a floresta

**271.511**

hectares (total)

**340**

espécies de flora,  
das quais 54 estão ameaçadas de extinção.

**115.009**

tCO<sub>2</sub>eq de emissões  
reduzidas ao ano

**11.070**

hectares de desmatamento  
evitado em 30 anos

**65.982**

hectares (área do projeto)

**2.070**

espécies de fauna,  
das quais 133 estão  
ameaçadas de extinção

**33**

famílias em 7 comunidades  
inicialmente impactadas

**Proponentes:** Biofílica e Grupo Jari

**Data de início:** 8 de junho de 2014

**Localização:** Laranjal do Jari e  
Vitória do Jari - Pará

## ODS contemplados



## Parceiros locais



## Últimos auditores



## Plataforma de registro

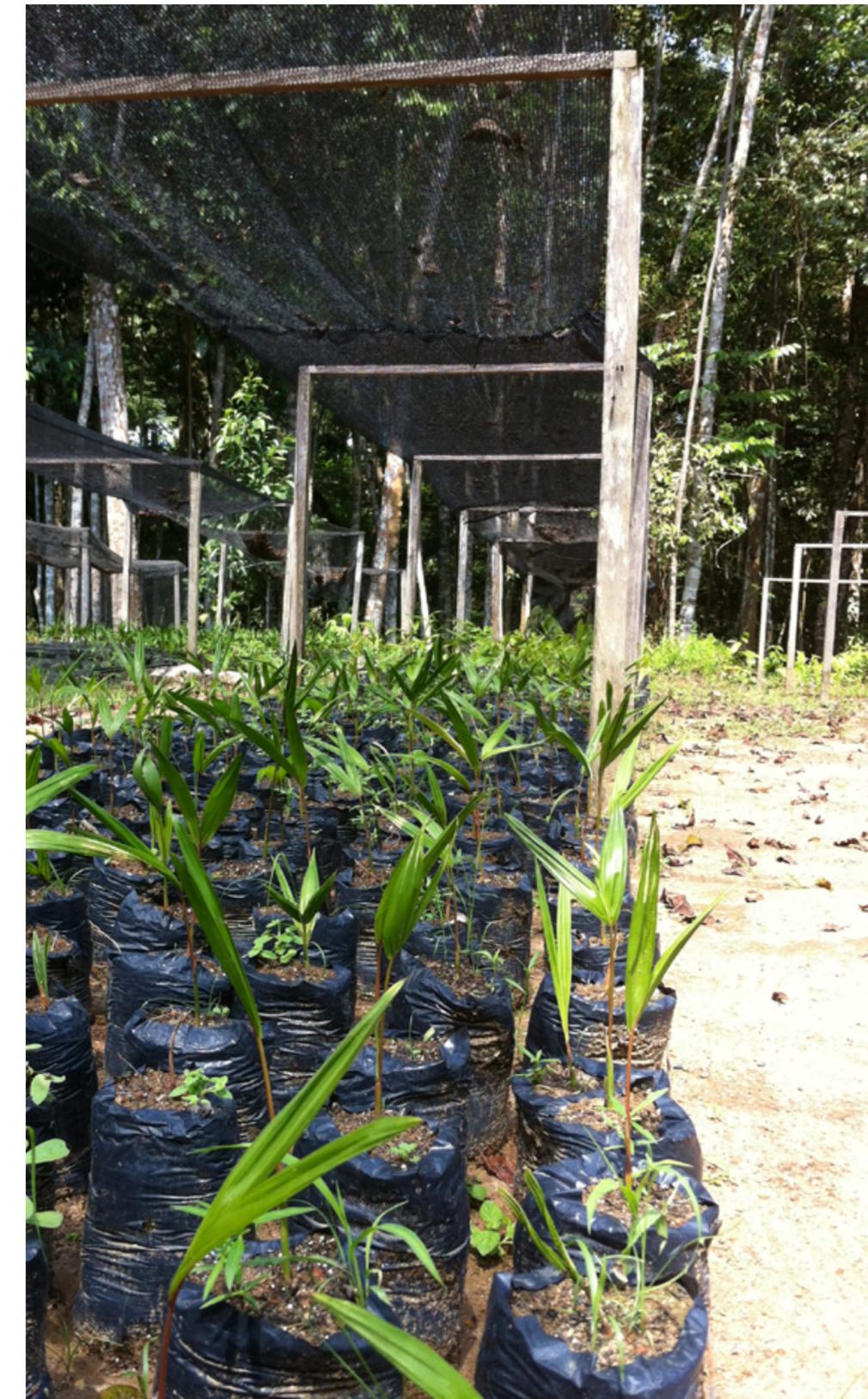


<https://registry.verra.org.br>

## Padrões de certificação



[www.verra.org.br](http://www.verra.org.br)



Conheça um pouco melhor os projetos apoiados

## Projeto BT Geradora

Energia renovável de pequena central elétrica

Energia para o desenvolvimento,  
sustentabilidade e qualidade de vida

**9,20**

MHw de capacidade de  
energia total instalada

**164.473**

tCO<sub>2</sub>eq de emissões totais  
reduzidas

A atividade do projeto consiste na geração de energia elétrica por fonte renovável, por meio da construção de Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs) localizadas no estado do Rio Grande do Sul. O principal objetivo do Projeto BT é ajudar a atender a demanda crescente de energia do Brasil devido ao crescimento econômico e melhorar a oferta de eletricidade, contribuindo ao mesmo tempo para o meio ambiente. Sustentabilidade social, e econômica através do aumento da participação das energias renováveis no consumo total de eletricidade no Brasil.

**Proponentes:** BT Geradora e Energia Elétrica

**Data de início:** Dezembro de 2003

**Localização:** Erval Seco - RS

Plataforma de  
registro e padrão de  
certificação

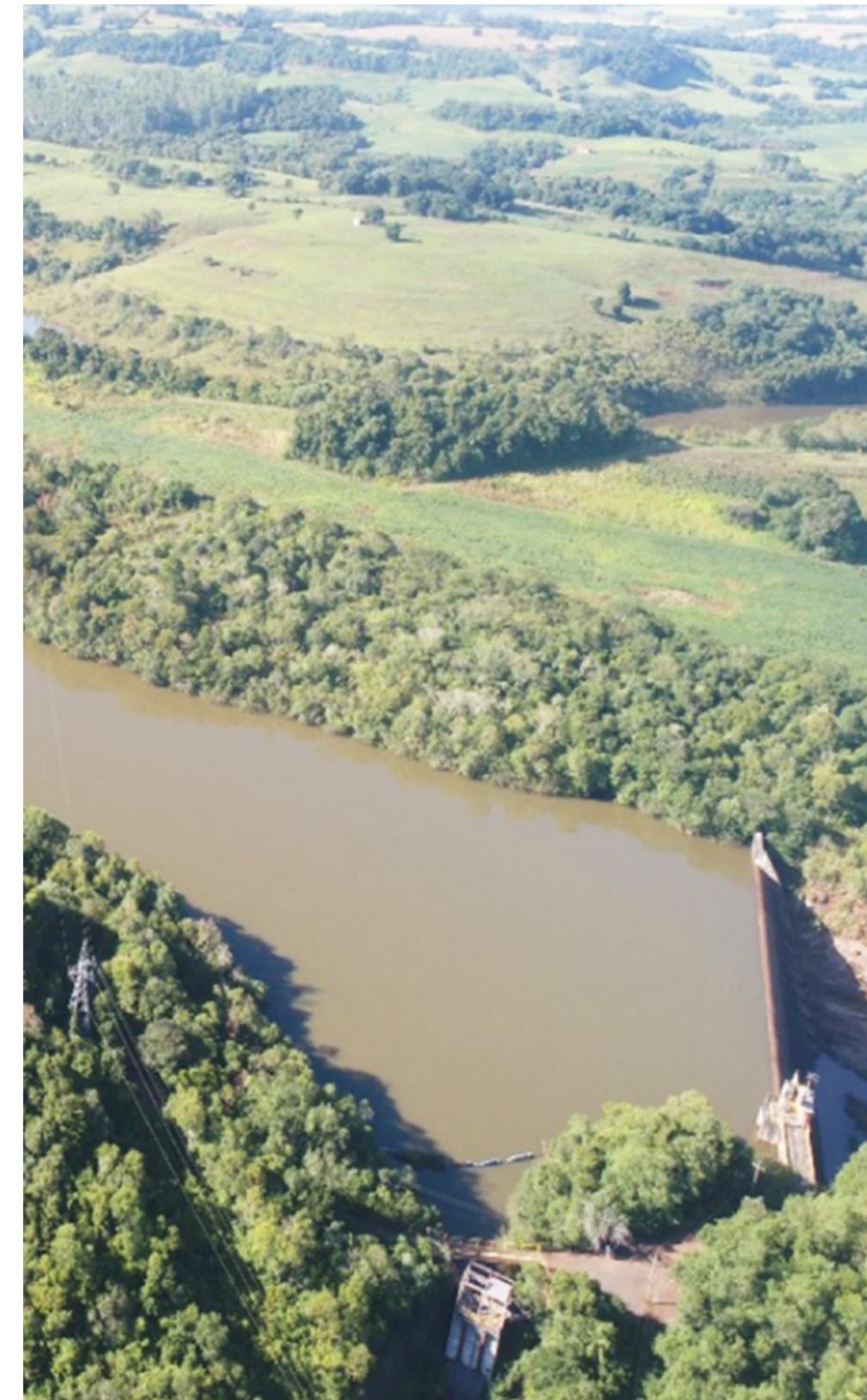


[cdm.unfccc.int](http://cdm.unfccc.int)

Últimos auditores



BUREAU  
VERITAS



## Emissões de GEE – Carteira de Veículos

O cálculo das emissões da carteira de veículos foi feito com informações sobre média de uso (quilometragem) e tipo de combustível utilizado, com base em uma pesquisa realizada com mais de 400 clientes de financiamento de veículos do PAN.

Tipo	Emissões (tCO <sub>2</sub> e)
Veículos leves	788.073
Motos	95.294
<b>Totais</b>	<b>883.367</b>



# Ecoeficiência

## Qualidade no ambiente de trabalho

A nova instalação da Matriz do Banco PAN foi pensada para estimular e melhorar a qualidade de vida no espaço de trabalho dos nossos colaboradores. Contamos com diversos ambientes como os espaços colaborativos, que foram criados para promover a interação dos nossos colaboradores com diversidade no que se refere às formas de trabalharmos e pensarmos. Os *phone booths* tornam o ambiente mais saudável, com menos interferências sonoras, possibilitando reuniões mais silenciosas e sem interferências aos colegas. **Contamos também com espaços multiuso com uso de cores, móveis variados que diversificam a forma de uso do espaço e reduzem o cansaço e estresse. Além disso, incorporamos a natureza no ambiente, aumentando a conexão entre pessoas e a natureza para melhorar o bem-estar e tornar o ambiente mais aconchegante.**

## Infraestrutura

A Matriz do banco está instalada no Condomínio BFC, na Avenida Paulista, em São Paulo (SP). Com classificação AA, o prédio conta com bicicletário, wallbox e sistema inteligente de chamada de elevadores, que otimiza as viagens, além de reciclagem de resíduos sólidos.

## Acessibilidade

**Para atender nossos funcionários de forma igualitária, realizamos diversas intervenções, adequamos o acesso ao espaço multifuncional com plataforma elevatória e construímos novos sanitários de acesso direto ao público PCD.** Pensando também nos deficientes visuais, todas as plaquinhas de sinalização contam agora com linguagem em braille. Tudo isso resultando em atendimento à NBR 9050.

A localização do edifício estimula o uso de transporte público, com estação do metrô e ônibus em frente ao empreendimento – a taxa de visitantes ou mesmo colaboradores que se valem deste meio de locomoção é bastante elevada.



## Material de expediente e geração de resíduos

GRI 306-1 | 306-2 | 306-3 | 306-5

Com o objetivo de reduzir materiais estocados, retiramos os gaveteiros individuais e criamos *pools* de serviço com materiais de expediente, lixeiras e impressoras. Esta ação tem como foco a redução no descarte e impressão, em decorrência da concentração em locais estrategicamente instalados. Estimulamos a digitalização de documentos em prol da economia do uso de papel.

Em 2021, passamos a mapear e gerir a geração e destinação dos resíduos gerados em nossas instalações. Temos como estratégia reduzir cada vez mais a geração de resíduos em nossas instalações. Para isso, visamos capacitar nossos profissionais quanto a reciclagem, oferecendo materiais educativos sobre o assunto em nossa página de intranet e alocando lixeiras devidamente etiquetadas em todos os escritórios.

Durante o ano de 2021, foram geradas 95,9 toneladas de resíduos em nossas unidades operacionais, sendo 85% lixo comum, destinado a aterro sanitário, 12% lixo eletrônico, destinado à reciclagem e destruição de partes com informações sensíveis, e o restante lixo reciclável, destinado a centros especializados.

Quantidade de resíduos gerados por destinação	ton
Aterro (Resíduo comum)	81,90
Destruição e reciclagem (Eletrônicos)	11,70
Reciclagem	2,30
<b>Total</b>	<b>95,90</b>

## Água

GRI 303-5

O abastecimento de água no edifício é suprido tanto pela concessionária quanto de poço artesiano, acarretando a redundância no fornecimento.

Em 2021, consumimos 32.329 litros de água, sendo 53% de poços artesanais e 47% de rede pública.

m <sup>3</sup>	Prédio Paulista	Prédio Burity	Total
Concessionária	14.439	918	15.357
Poço artesiano	17.035	0	17.035
<b>Total</b>	<b>31.474</b>	<b>918</b>	<b>32.392</b>





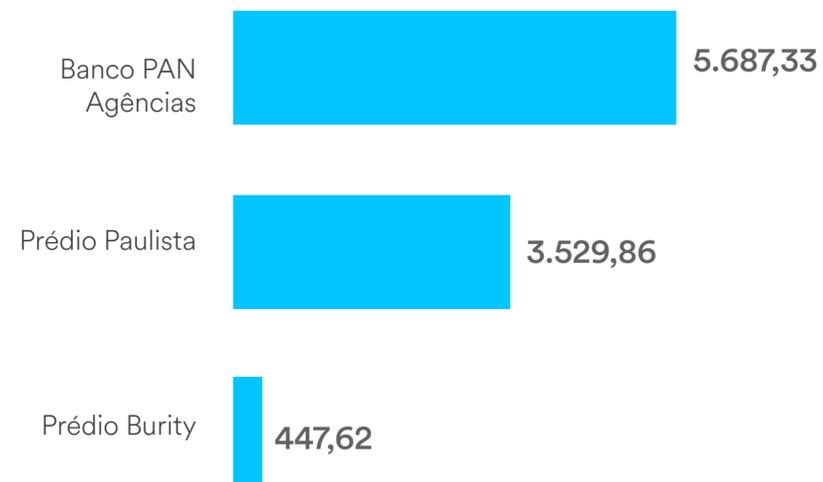
### Energia elétrica

O fornecimento de energia elétrica foi migrado ao mercado livre 100% incentivado, isso significa que a fonte é integralmente proveniente de energia limpa (vale citar Micro e Pequenas Centrais Hidrelétricas), fonte solar, eólica ou biomassa.

Em 2021, adquirimos em mercado livre 2.466 MWh de energia, sendo 63% destinado à sede da Matriz Paulista. A seguir detalhamos nosso consumo energético no ano de 2021.

### Consumo energético total por hierarquia e escopo (MWh)

GRI 302-2



### Consumo energético na organização

GRI 302-1

Valores exibidos em MWh

Grupo de precursores	Precursor	Escopo 1	Escopo 2	Totais
Energia elétrica adquirida	Eletricidade/ Brasil	-	8.876,24	8.876,24
<b>Totais</b>		0,00	8.876,24	8.876,24

Este painel considera o consumo energético em fontes categorizadas como Escopo 1 e 2. Apesar de conservadoramente categorizados, como combustíveis não renováveis, "Gasolina - Brasil" e "Diesel - Brasil" contém adição de combustíveis renováveis (i.e. etanol e biodiesel, respectivamente).

### Consumo energético fora da organização

GRI 302-2

Valores exibidos em MWh

Grupo de precursores	Precursor	Escopo 2	Totais
Combustíveis não-renováveis	Diesel/ Brasil	8.906,11	8.906,11
	Gasolina/ Brasil	15.859,01	15.859,01
	Querosene de aviação	1.151,92	1.151,92
<b>Totais</b>		25.917,03	25.917,03

Este painel considera o consumo energético em fontes categorizadas como Escopo 3. Apesar de conservadoramente categorizados, como combustíveis não renováveis, "Gasolina - Brasil" e "Diesel - Brasil" contém adição de combustíveis renováveis (i.e. etanol e biodiesel, respectivamente).

# 3

## Fazendo do jeito certo

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



# Nossa cadeia de valor

GRI 102-9

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

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

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



# Nossa governança

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

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

## Estrutura acionária

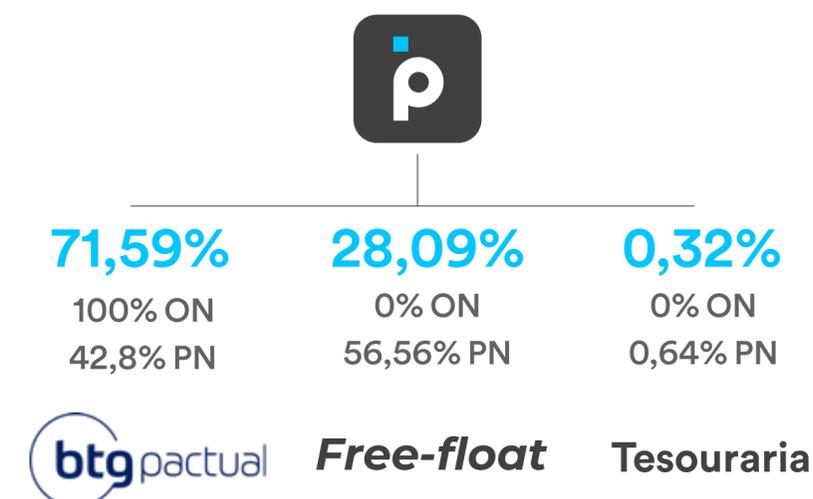
GRI 102-5

Em março de 2021, a Caixa Participações S.A. (Caixapar) iniciou o processo de desinvestimento das ações ordinárias que possuía. Este processo culminou com a assinatura, em 05 de abril de 2021, de um acordo que previa a compra da totalidade das ações pelo Banco BTG Pactual S.A., após as aprovações regulatórias. No dia 19 de maio de 2021, foi concluída a alienação da totalidade das ações da Caixapar para o Banco Sistema S.A., subsidiária integral do Banco BTG Pactual S.A.

Em março de 2022, com a aprovação do Bacen, formalizamos a incorporação da Mosaico, com a emissão de novas ações que foram entregues aos acionistas da Mosaico em uma relação de troca de 0,8 x (MOSI3/ BPAN4).



No dia 25 de Maio de 2022, nossa estrutura societária era a seguinte:



Participação direta e indireta através do Banco Sistema S.A., subsidiária integral do Banco BTG Pactual S.A.

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

Nossas ações preferenciais estão listadas no Nível 1 de governança corporativa da BM&FBOVESPA S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros, sob o ticker BPAN4.

# Nossa governança

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

## Estrutura de governança

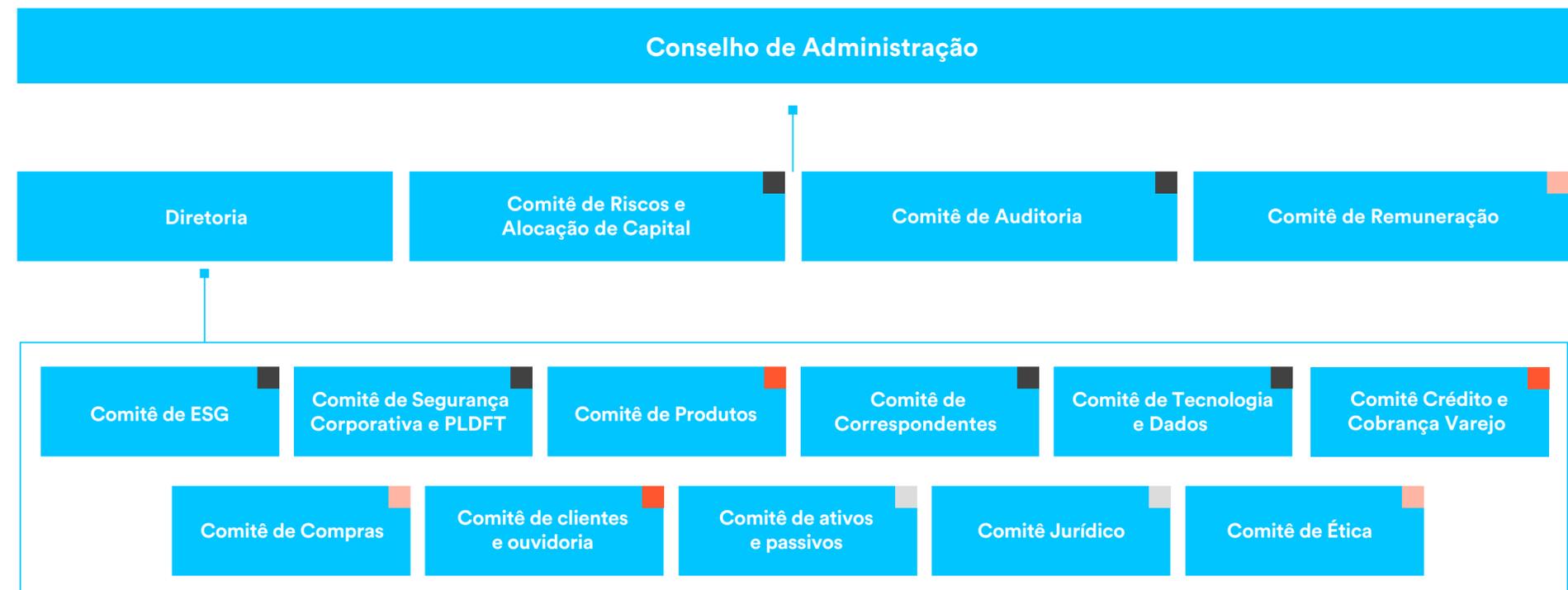
GRI 102-22 | 102-25 | 102-26

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

1. Estruturação de comitês e sua relação de subordinação;
2. Equilíbrio de poderes e independência entre os participantes dos comitês;
3. Agilidade no processo decisório dos comitês;
4. Formalização de regimentos internos dos comitês;
5. Alçadas com visão de risco e alocação de alçadas individuais, quando pertinentes;
6. Estrutura normativa mais intuitiva;
7. Políticas corporativas que devem ser submetidas à deliberação do Conselho de Administração do PAN.

## É com base nisso que estruturamos nosso organograma de governança

GRI 102-18



Todos os órgãos observam as responsabilidades previstas na regulamentação vigente, Estatuto Social e Regimentos Internos. Todos os comitês do PAN possuem atribuições específicas previstas em seus regimentos internos e são compostos por profissionais de áreas diversas, de forma a evitar tomadas de decisão que contenham conflito de interesses ou concentração em áreas específicas, profissionais esses que são selecionados considerando a expertise nos assuntos da competência do comitê. GRI 102-20 102-25 102-26

### Periodicidade

-  Mensal
-  Quinzenal
-  Bimestral
-  Sob Demanda



MANAGER

MANAGER

MANAGER

MANAGER

MANAGER

MANAGER

## Conselho de Administração

GRI 102-23

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

### Membros do Conselho de Administração

**Roberto Sallouti**  
Presidente

**André Esteves\***  
Membro

**André Fernandes\***  
Membro

**Alexandre Camara**  
Membro

**Guilherme Pacheco**  
Membro

**Maira Habimorad \***  
Membro independente

**Sérgio Cutolo**  
Membro

**Fábio Pinheiro**  
Membro Independente

**Marcelo Torresi**  
Membro Independente

\* Pendentes de homologação no BACEN. Data base: 26 de Maio de 2022



## Comitê de Auditoria

GRI 102-23

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

**Fábio de Barros Pinheiro**  
Presidente

**Pedro Paulo Longuini**  
Membro

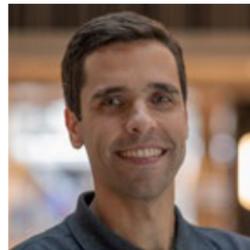
**Sidnei Correa Marques**  
Membro

## Diretoria Executiva

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



Carlos Eduardo  
Pereira Guimarães  
CEO



Mauro Dutra  
Mediano Dias  
CFO & DRI



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



Alex Sander Moreira  
Gonçalves  
Diretor Comercial  
e de Produtos



Roberta Cardim  
Geyer  
Diretora de Crédito  
e Cobrança



Leandro Marçal  
Diretor de  
Tecnologia e  
Operações



Camila Corá  
Diretora de  
Recursos Humanos  
e Jurídico



Dermeval Bicalho  
Carvalho  
Diretor de Controladoria e  
Compliance

## Comitês da Diretoria executiva

Ativos e Passivos

Clientes e  
Ouvidoria

Tecnologia e  
Dados

Correspondentes

Crédito e  
Cobrança

Produtos

Compras

Ética

PLD

ESG

## Remuneração dos executivos

GRI 102-35, 102-36a

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

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

### Conselho de Administração

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

### Diretoria Estatutária

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

A remuneração dos diretores é composta da seguinte forma: Pró-labore mensal e (ii) benefícios (os quais são compostos por seguro de vida, assistência médica e odontológica).

O objetivo da remuneração paga aos diretores é a seguinte:

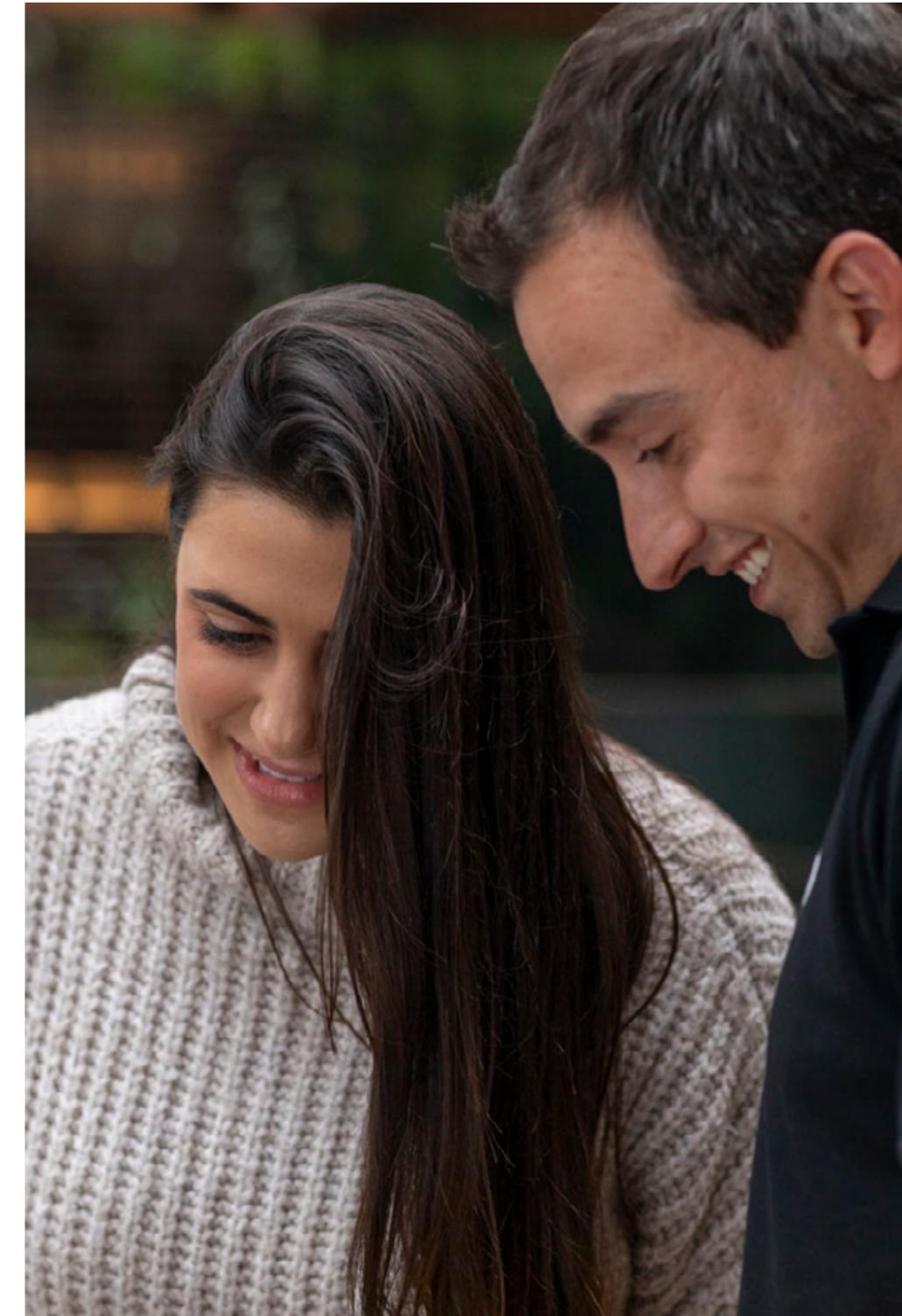
- Pró-labore mensal: remunerar os diretores pelas atribuições e responsabilidades pertinentes ao cargo exercido;
- Benefícios: o pacote de benefícios busca atender às necessidades básicas dos membros da Diretoria.

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

### Comitê de Auditoria

A remuneração dos membros do Comitê de Auditoria é determinada de acordo com as funções e responsabilidades de cada membro e de acordo com as práticas de mercado.

A remuneração dos membros do Comitê de Auditoria é composta exclusivamente por pró-labore mensal.





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

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

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

## Remuneração total do Conselho de Administração, Diretoria Estatutária e Conselho Fiscal

Remuneração total do exercício social até 31/12 – valores anuais				
	Conselho de administração	Diretoria estatutária	Conselho fiscal	Total
Nº total de membros	8,30	6,70	3,00	18,00
Nº de membros remunerados	8,30	6,70	3,00	18,00
Remuneração fixa anual				
Salário ou pró-labore	R\$ 3.073.000,00	R\$ 6.244.505,00	R\$ 343.883,00	R\$ 9.661.388,00
Benefícios diretos e indiretos	R\$ 0,00	R\$ 371.298,00	R\$ 0,00	R\$ 371.298,00
Remuneração variável	R\$ 0,00	R\$ 14.895.379,00	R\$ 0,00	R\$ 14.895.379,00
<b>Total da remuneração</b>	<b>R\$ 3.073.000,00</b>	<b>R\$ 21.511.182,00</b>	<b>R\$ 343.883,00</b>	<b>R\$ 24.928.065,00</b>

# Gestão de risco

GRI 102-15

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

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

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

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

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

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



## Riscos identificados

### GRI 102-15

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

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

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

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

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

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

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

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

## Riscos identificados

### GRI 102-15

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

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

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

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

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

**Risco Climático:** está dividido em duas frentes, sendo riscos de transição e riscos físicos. Os riscos climáticos de transição são potenciais impactos nos negócios, na busca por uma economia de baixo carbono. Os riscos climáticos físicos são aqueles que causam impactos nos negócios quando desencadeados por eventos climáticos extremos ou consequências de longo prazo da mudança climática.

## Mapeamento e Monitoramento de Riscos

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

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

Na segunda linha de defesa, a área de Riscos Não Financeiros e Controles Internos é responsável pela adequação da estrutura de gerenciamento de riscos não financeiros, para que os riscos sejam corretamente identificados, avaliados e mensurados (quando aplicável) pelos gestores responsáveis, e que estejam

de acordo com os limites definidos e dentro do apetite por risco aprovado (*Risk Appetite Statement - RAS*). Dessa forma, tem como principais atribuições:

- definir e disseminar os conceitos de risco não financeiro;
- elaborar, sugerir e submeter ao Comitê de Gestão Integrada de Riscos e Alocação de Capital as políticas, normas e limites operacionais associados à exposição ao risco;
- elaborar, sugerir e submeter ao Comitê de Riscos as metodologias relacionadas ao gerenciamento de riscos não financeiros;
- monitorar e controlar a exposição ao risco do Banco PAN, abrangendo todas as fontes relevantes de riscos e gerando relatórios tempestivos para a Diretoria;
- suportar a identificação prévia do risco inerente às novas atividades e produtos, e se estes de adequam aos procedimentos e controles adotados internamente.



## Gestão de riscos ESG

GRI 102-11 | 102-28 | 102-29 | 102-30 | 308-2 | 103-3

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

Nos últimos anos, buscamos integrar à cultura do PAN a análise e mitigação de riscos relacionados à temática ESG. Nossa estrutura de gestão desses riscos está dividida em duas instâncias: a mais alta é o nosso Conselho de Administração, órgão responsável por definir e supervisionar a implementação da estratégia de longo prazo do banco, e aprovar metas corporativas relacionadas aos temas em questão.

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

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

### Continuidade de negócios

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

### Covid-19

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

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

### Como trabalha o Comitê ESG do PAN?

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

# Ética e Integridade

GRI 102-16

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

## Compliance

GRI 102-16

Nossa estrutura de gerenciamento de riscos considera o modelo das três linhas de defesa. Em seu papel como segunda linha de defesa, a área de Compliance é responsável por mensurar os Riscos de Conformidade, disseminar a cultura de riscos entre o público interno do PAN e implantar metodologia, processos e ferramentas para o efetivo gerenciamento e mitigação dos riscos sob sua responsabilidade.

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

## Prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento ao terrorismo

GRI 205-1

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

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

## Segurança corporativa

A equipe de Segurança Corporativa é uma superintendência executiva composta por seis frentes: Continuidade de Negócios, Governança Corporativa, Inspeção, Prevenção a Fraudes, Proteção de Dados e Segurança da Informação.

Os times são responsáveis por garantir a segurança e integridade de dados, informações dos nossos clientes, fornecedores e colaboradores.



## Privacidade do cliente

GRI 418-1

**A privacidade do cliente é um pilar da atuação bancária e está refletida na estratégia do PAN.** Com a LGPD, o banco passou a mapear as informações coletadas de modo a garantir alinhamento com a legislação por meio de processos de gerenciamento dos dados pessoais.

A área de Proteção de Dados do PAN é responsável por definir as diretrizes, estratégias e ferramentas necessárias para garantir que os dados pessoais sejam tratados de acordo com a legislação e protegidos de forma adequada. Além disso, analisamos os riscos de privacidade em novos produtos, projetos e processos para garantir que a privacidade dos nossos clientes seja considerada desde a concepção, e que todos os controles necessários para mitigar os riscos de privacidade sejam implementados.

**O PAN tem como prática coletar somente os dados pessoais estritamente necessários para a prestação de serviços aos clientes ou aqueles requeridos por regulação/legislação e para o cumprimento de políticas de diligência. Tratamos os dados pessoais de acordo com a finalidade a qual ele foi coletado e somente quando há uma base legal que justifique o tratamento.** Cumprimos todos os requisitos legais e comerciais de sigilo bancário. Somado a isso, é importante ressaltar que esse tema se tornou ainda mais estratégico diante do aumento da nossa presença digital.

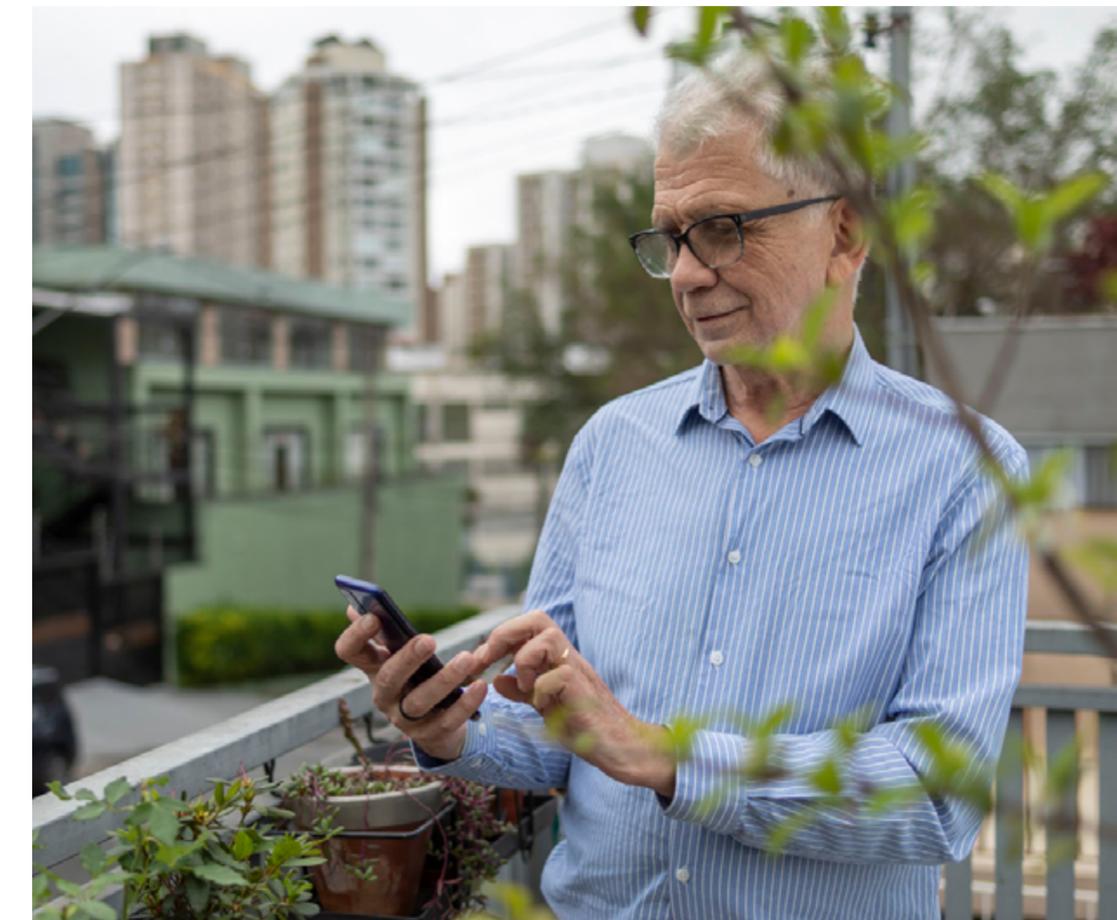
O PAN respeita os direitos dos titulares dos dados. Implementamos uma célula de atendimento ao cliente especializada em privacidade no call center, além de disponibilizarmos um Portal de Privacidade no site institucional, facilitando a comunicação e a manifestação dos titulares dos dados por seus direitos. Temos ainda um canal direto com o Data Protection Officer (DPO) por e-mail.

Nos preocupamos em treinar e disseminar a cultura de privacidade, não apenas entre os nossos clientes, mas também entre nossos parceiros. Criamos um programa de educação e conscientização para colaboradores que contempla diversas iniciativas e treinamentos sobre a LGPD e o tratamento de dados pessoais, tais como: treinamento obrigatório de LGPD, lives das áreas com especialistas de mercado (Café com Privacidade), envio de pílulas de conhecimento (PAN Explica), cartilha de privacidade para novos admitidos, infográficos e ações de conscientização com abordagem lúdica (adesivos de notebook, vídeos dos embaixadores do PAN, Rodrigo Faro e Jojo Todynho, comentando sobre a LGPD, jogos e desafios). Pensando nos nossos parceiros, criamos uma cartilha de Proteção de Dados e, focados nos nossos correspondentes bancários, fizemos o envio de pílulas de conhecimento (Boletim mensal de Privacidade), lives com especialistas de mercado e treinamento de LGPD pela plataforma Universidade do Correspondente.

Em 2021, houve apenas uma queixa relativa à privacidade de dados na qual o titular de dados relatou que estava recebendo

ligações de correspondentes bancários em nome do PAN, buscando por outra pessoa.

Solicitamos ao time dos Snippers de Atendimento para que nos apoiasse na atualização das informações cadastrais do titular ao qual estava sendo buscado e realizamos a inclusão do telefone do reclamante nas nossas listas de *Opt-out*. Posteriormente alinhamos com o jurídico e formalizamos a resposta à ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados).





## Segurança da Informação

Nossa estratégia de Segurança da Informação e Cibernética visa garantir a confidencialidade, integridade e disponibilidade das operações e a privacidade dos dados dos nossos clientes, colaboradores e parceiros de negócio, considerando o cenário global de ameaças cibernéticas. Tal estratégia está alinhada às melhores práticas do mercado e às regulamentações do setor financeiro.

No primeiro semestre de 2021, elaboramos um novo Plano Diretor de Segurança Corporativa, cujo objetivo é elevar a maturidade dos controles e processos de segurança para os próximos anos. Ele abrange todas as áreas da superintendência executiva da Segurança Corporativa, contemplando uma estratégia robusta para atender os direcionadores de negócio, considerando os riscos e ameaças que podem impactar a Segurança da Informação e Cibernética das operações do banco.

A nossa Política Corporativa de Segurança da Informação e Cibernética define as diretrizes, responsabilidades e princípios relativos à segurança nas diversas áreas de negócio do PAN. Ela é aplicada a todas as empresas do conglomerado, assim como aos seus administradores, colaboradores e prestadores de serviços terceirizados.

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

É importante destacarmos que, no exercício de 2021, não ocorreram incidentes de Privacidade ou de Segurança da Informação no PAN que pudessem comprometer a confidencialidade, integridade ou disponibilidade de dados, e que fossem relevantes para serem comunicados aos órgãos reguladores ou associações pertinentes.

## Estrutura e responsabilidades

A área de Segurança da Informação tem por responsabilidade estabelecer, por meio da definição de políticas, normas e procedimentos e controles, a integridade, disponibilidade e a confidencialidade das informações contidas nos ambientes corporativos, minimizando possíveis impactos e vulnerabilidades e mitigando a ocorrência de incidentes de segurança ou cibernéticos que possam afetar diretamente as operações do PAN. É responsável também por:

- Conscientizar os colaboradores, prestadores de serviços, parceiros e clientes sobre segurança da informação;
- Gerenciar identidades e acessos lógicos a ativos da informação;
- Identificar, monitorar e reportar os riscos de segurança da informação e cibernéticos;
- Identificar, monitorar e reportar as vulnerabilidades de tecnologia identificadas;
- Implementar e gerenciar controles de segurança e de proteção contra vazamento de dados;
- Implementar e gerenciar controles de segurança para proteção dos ativos da informação;
- Monitorar o ambiente tecnológico prevenindo contra ataques cibernéticos.

Os principais indicadores de Segurança da Informação são apresentados à Diretoria, comitês e às demais áreas interessadas por meio de relatórios reportados mensalmente. Os relatórios fornecem uma visibilidade sobre a performance dos controles de segurança, principais riscos e ameaças cibernéticas que podem impactar a operação, assim como permitir a avaliação contínua das atividades que são executadas na Segurança da Informação do PAN.

No segundo semestre de 2021, implementamos o Comitê de Segurança Corporativa e de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo, com propósito não estatutário, deliberativo e de caráter permanente, tendo como finalidade estabelecer as diretrizes e apresentar, discutir e deliberar sobre os assuntos mais relevantes da superintendência executiva.

## Treinamentos

Tema	2019			2020			2021*		
	Qtde de colaboradores	Qtde de horas	% colaboradores	Qtde de colaboradores	Qtde de horas	% colaboradores	Qtde de colaboradores	Qtde de horas	% colaboradores
Anticorrupção	542	271	22%	583	300	23%	2.736	1.368	87%
Prevenção à lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo	555	277	23%	1.712	856	69%	2.902	1.435	92%
LGPD: Lei geral de proteção de dados	-	-	-	2.107	1.584	84%	2.870	2.176	91%

(\* em 2021 foi feito um trabalho de reforço e engajamento para realização das Trilhas Obrigatórias.

## Ética nos negócios

### GRI 102-16

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

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

### Código de Conduta e Ética

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

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

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

### Comitê de Ética

#### GRI 102-17

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

## Canal de denúncias

GRI 102-17

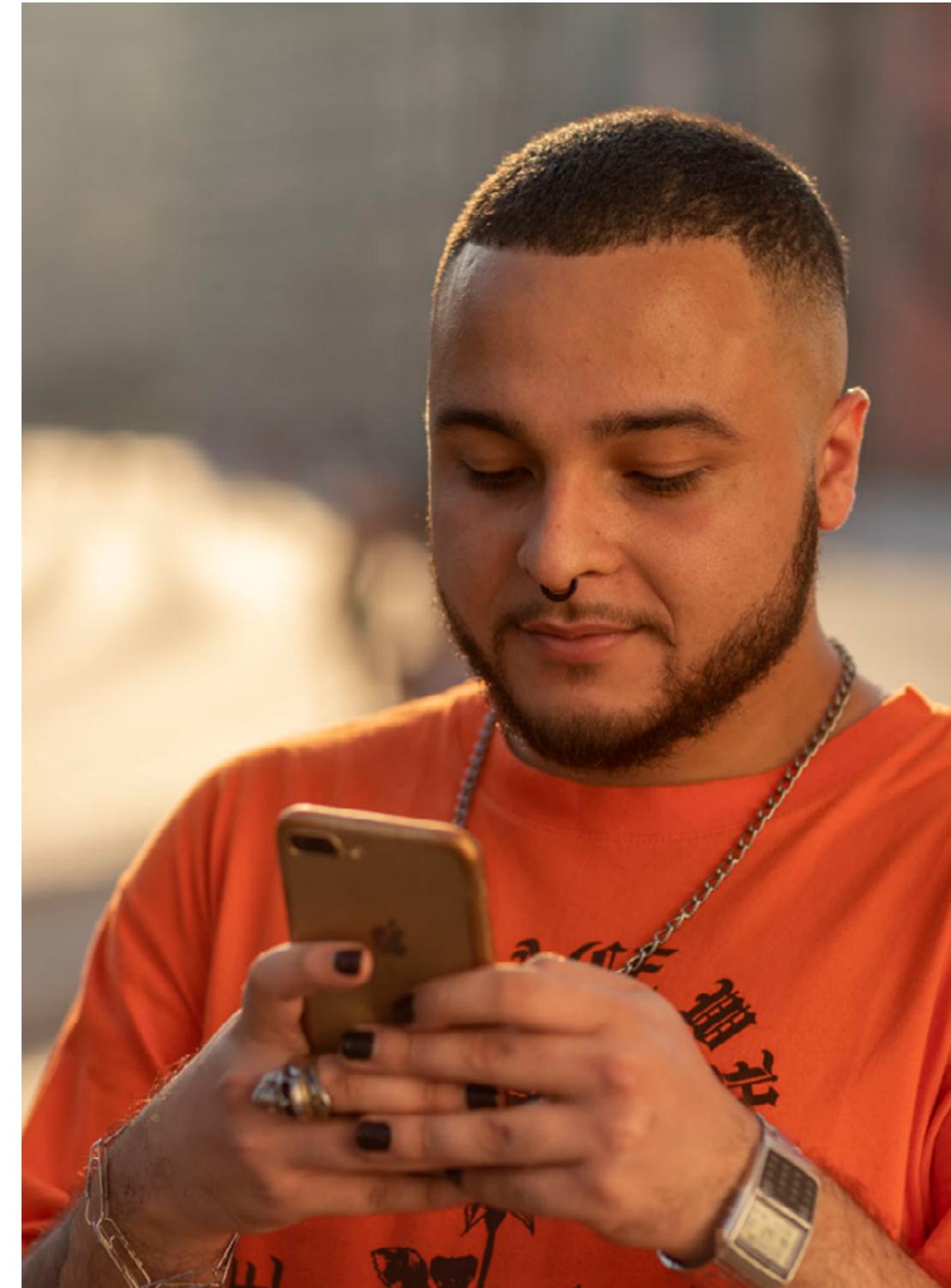
**No PAN, prevenir e reportar incidentes não é uma atribuição exclusiva de uma área, mas de todos os colaboradores. Por isso, procedimentos internos antifraude devem ser seguidos e situações suspeitas devem, obrigatoriamente, ser comunicadas por meio do nosso canal de denúncias.**

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

A Auditoria Interna é responsável pela triagem e encaminhamento das demandas recebidas pelo canal de denúncias, direcionando tais demandas para as áreas competentes, com exceção daquelas recebidas contra: (a) controladores e detentores de participação qualificada; (b) membros dos órgãos da administração; (c) membros da Auditoria Interna; (d) informações a respeito do descumprimento de dispositivos legais e normativos relevantes aplicáveis, que são encaminhadas ao Comitê de Auditoria para análise e providências.

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

Ressaltamos que não houve no canal de denúncias em 2021 e até a data deste relatório, denúncias envolvendo os atuais administradores do PAN.



# 4

## Anexos

CTR  
14.65%  
↑ 10.6%



y Score



# Índice GRI

GRI 102-54 | 102-55



Compromissados com as metodologias, orientações e princípios do Pacto Global da Organização das Nações Unidas e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), reportamos anualmente nossos compromissos com a Agenda ESG do Banco PAN. Este material também faz referência às normas Global Reporting Initiative (GRI) presentes na tabela a seguir.

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

GRI	Ano	GRI Título	Número	Páginas	Itens de divulgação	Comentário, Página ou Link
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-1	-	Nome da organização	Banco PAN S.A
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-2	11, 14	Principais atividades, marcas, produtos e serviços	PAN Administradora de Consórcio LTDA. PAN Arrendamento Mercantil S.A BM Sua Casa Promotora de Vendas LTDA. Brazilian Finance & Real Estate S.A. Brazilian Securities Cia de Securitização.
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-3	11	Localização da sede da organização	Avenida Paulista 1374, 16º Andar. São Paulo, SP, Brasil
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-4	11, 25	Localização das operações	Brasil
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-5	90	Controle acionário e forma jurídica da organização	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-6	11	Mercados em que a organização atua	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-7	11, 14, 16, 38, 49	Porte da organização	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-8	39, 49, 62	<i>Information on employees and other workers</i>	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-9	11, 75, 89	Cadeia de fornecedores da organização	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-10	-	Mudanças significativas ocorridas na organização ou em sua cadeia de fornecedores	Incorporação da Mosaico Tecnologia ao Consumidor S.A.
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-11	102	Abordagem ou princípio da precaução	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-12	22, 32	Iniciativas desenvolvidas externamente	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da organização	102-13	-	Participação em associações	FEBRABAN
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – perfil da estratégia	102-14	5, 7	Declaração do Presidente	



GRI	Ano	GRI Título	Número	Páginas	Itens de divulgação	Comentário, Página ou Link
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – estratégia	102-15	9, 30, 98, 99, 100	Principais impactos, riscos e oportunidades	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – ética e integridade	102-16	12, 103, 107	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – ética e integridade	102-17	108	Mecanismos de aconselhamento e preocupações sobre ética	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-18	90, 91	Estrutura de governança	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-19	90, 91	Delegação de autoridade	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-20	90, 91	Responsabilidade de executivos por questões econômicas, ambientais e sociais	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-21	22	Consulta a stakeholders sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais 19	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-22	91	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-23	93	Presidente do mais alto órgão de governança	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-24	-	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	Presente no Estatuto Social, no site de Relações com Investidores < <a href="https://ri.bancopan.com.br/List/Estatuto--Codigos-e-Politicas?=RBXfXGur+V8qyS1sb35w5A==&gt;">https://ri.bancopan.com.br/List/Estatuto--Codigos-e-Politicas?=RBXfXGur+V8qyS1sb35w5A==&gt;</a> >
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-25	91	Conflitos de interesse	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-26	91	Papel do mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-27	40	Medidas para aprimorar conhecimento do mais alto órgão de governança	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-28	51, 102	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-29	102	Identificação e gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-30	102	Eficácia dos processos de gestão de riscos	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-35	51, 95	Políticas de remuneração	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – governança	102-36	51, 95	Processo para determinar remuneração	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-40	20	Lista de partes interessadas	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-41	53	Acordos de negociação coletiva	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-42	20, 76	Base para a identificação e seleção de partes interessadas para engajamento	



GRI	Ano	GRI Título	Número	Páginas	Itens de divulgação	Comentário, Página ou Link
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-43	29	Abordagem adotada pela organização para envolver os stakeholders	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-44	30, 31	Principais tópicos e preocupações levantadas	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-45	-	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-46	32	Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-47	31	Lista de tópicos materiais	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-50	-	Período coberto pelo relatório	01 de janeiro a 31 de dezembro de 2021.
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-51	-	Data do último relatório	Outubro de 2021, referente ao ano de 2020
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-52	-	Ciclo de emissão de relatórios	Anual
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-53	128	Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-54	110	Declaração de elaboração do relatório de conformidade com Standards GRI	
GRI 102	2016	Conteúdos gerais – engajamento dos stakeholders	102-55	110	Sumário de conteúdo GRI	
GRI 103	2016	Forma de gestão	103-1	31	Explicação do tópico material e seu limite	
GRI 103	2016	Forma de gestão	103-2	31	Forma de gestão e seus componentes	
GRI 103	2016	Forma de gestão	103-3	102	Avaliação da forma de gestão	
GRI 201	2016	Desempenho econômico	201-1	27	Valor econômico direto gerado e distribuído	
GRI 201	2016	Desempenho econômico	201-2	-	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades relacionados a mudanças climáticas	
GRI 203	2016	Impactos econômicos indiretos	203-1	38, 66	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	
GRI 203	2016	Impactos econômicos indiretos	203-2	39, 75	Impactos econômicos indiretos significativos	
GRI 204	2016	Práticas de compra	204-1	75	Proporção de gastos com fornecedores locais	
GRI 205	2016	Combate à corrupção	205-1	-	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	
GRI 205	2016	Combate à corrupção	205-2	-	Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção	
GRI 302	2016	Energia	302-1	87	Consumo de energia dentro da organização	
GRI 302	2016	Energia	302-2	87	Consumo de energia fora da organização	



GRI	Ano	GRI Título	Número	Páginas	Itens de divulgação	Comentário, Página ou Link
GRI 302	2016	Energia	302-3	-	Intensidade energética	
GRI 304	2016	Água e Efluentes	303-5	86	Consumo de água	
GRI 305	2016	Emissões	305-1	77, 79	Emissões diretas de Gases de Efeito Estufa – Escopo 1	
GRI 305	2016	Emissões	305-2	77, 79	Emissões indiretas de Gases de Efeito Estufa – Escopo 2	
GRI 305	2016	Emissões	305-3	77, 79	Emissões indiretas de gases de efeito estufa – Escopo 3	
GRI 305	2016	Emissões	305-5	77	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	
GRI 306	2016	Emissões	306-1	86	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	
GRI 306	2016	Emissões	306-2	86	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	
GRI 306	2016	Emissões	306-3	86	Resíduos gerados	
GRI 306	2016	Emissões	306-5	86	Resíduos destinados para disposição final	
GRI 307	2016	Conformidade ambiental	307-1	-	Não conformidades com leis e regulamentações ambientais	Não houve casos de não conformidade com leis e regulamentos ambientais em 2021
GRI 308	2016	Avaliação ambiental de fornecedores	308-1	-	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	100% dos fornecedores homologados
GRI 308	2016	Avaliação ambiental de fornecedores	308-2	76, 102	Impactos ambientais negativos significativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	
GRI 401	2016	Emprego	401-1	-	Novas contratações de colaboradores e <i>turnover</i>	
GRI 401	2016	Emprego	401-2	54	Benefícios oferecidos a colaboradores em tempo integral, que não são oferecidos a colaboradores temporários ou de período parcial	
GRI 401	2016	Emprego	401-3	117	Licença Maternidade/Paternidade	
GRI 403	2018	Saúde e segurança do trabalho	403-6	115	Promoção da saúde do trabalhador	
GRI 404	2016	Capacitação e educação	404-1	-	Média de horas de capacitação por ano, por colaborador	



GRI	Ano	GRI Título	Número	Páginas	Itens de divulgação	Comentário, Página ou Link
GRI 404	2016	Capacitação e educação	404-2	39, 51, 59	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos colaboradores e de assistência para transição de carreira	
GRI 404	2016	Capacitação e educação	404-3	51	Percentual de colaboradores que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira	
GRI 405	2016	Diversidade e igualdade de oportunidades	405-1	39, 49, 62	Diversidade dos grupos responsáveis pela governança e entre os colaboradores	
GRI 405	2016	Diversidade e igualdade de oportunidades	405-2	50	Razão matemática do salário-mínimo e remuneração entre mulheres e homens	
GRI 408	2016	Trabalho infantil	408-1	75	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	
GRI 409	2016	Trabalho forçado ou análogo ao escravo	409-1	75	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	
GRI 412	2016	Avaliação dos direitos humanos	412-2	47	Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos	
GRI 413	2016	Comunidades locais	413-1	38, 63, 66	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	
GRI 414	2016	Avaliação social de fornecedores	414-1	76	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	100% dos fornecedores homologados
GRI 418	2016	Privacidade do cliente	418-1	105	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	

# Nossos benefícios

## Programa de Apoio ao Colaborador

GRI 403-6

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

**Orientação Psicológica** - acolhimento, orientações, suporte para lidar com questões emocionais, questões de relacionamento e dependências;

**Orientação Social** - orientações socioeconômicas, informações de políticas públicas, questões previdenciárias, suporte social em casos de óbito e orientação familiar;

**Orientação Financeira** - planejamento financeiro e ferramentas de controle financeiro;

**Orientação Jurídica** - Direito do Consumidor, Direito Imobiliário, Direito Previdenciário, Direito da Família, Direito Sucessório e outros.

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

## Psicoterapia online

Pensando cada vez mais na prevenção e cuidado referente à saúde emocional e mental dos nossos colaboradores, oferecemos, em parceria com a Psicologia Viva, uma plataforma de terapia online que funciona 24h por dia e sete dias por semana, afinal, acreditamos que tratamento psicológico é importante para todas as pessoas em qualquer momento de suas vidas. Todos os colaboradores do PAN têm direito a quatro sessões mensais gratuitas, sem limite de prazo.

## Serviço de telemedicina

Com o objetivo de facilitar o dia a dia dos colaboradores e seus dependentes, passamos a disponibilizar o serviço de telemedicina em parceria com a nossa consultoria de saúde, por meio do aplicativo Dr. Alper. São consultas sem sair de casa (por videochamada), com atendimento médico especializado 24 horas por dia e sete dias por semana, de forma rápida e sem triagem.

## Serviço Social In Company

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

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

Aqui no PAN, temos a prática de realizar diversas campanhas de conscientização e promoção à saúde e qualidade de vida. Realizamos a **campanha de vacinação contra a gripe para todos os colaboradores e dependentes de forma gratuita**. Em 2021, organizamos um sistema de *drive thru* para vacinação nos prédios da sede e fechamos parcerias com clínicas especializadas em todo o Brasil, com o objetivo de cobrir o maior número de colaboradores possível.

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

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

## Gympass

Em parceria com a Gympass, disponibilizamos o acesso de colaboradores e dependentes a diversas academias, instalações de esportes, fitness e bem-estar. São várias modalidades de planos oferecidas e com valores diferenciados, com a opção de desconto do plano mensal em folha de pagamento.

## Programa de maternidade | Licença-Maternidade e Paternidade Estendidas | Auxílio-Creche | Sala de Aleitamento

GRI 401-3

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

## Ginástica laboral | Consulta com ergonomistas

Desde 2016, oferecemos aos nossos colaboradores a ginástica laboral duas vezes por semana no próprio ambiente de trabalho, com foco em melhorar o desempenho, a qualidade de vida e a saúde de todos. Em 2021, em função da pandemia, as aulas eram oferecidas de forma online, com professores especializados. Além disso, a consulta com ergonomistas ocorre de forma individual, de acordo com o horário agendado pelos colaboradores, por chamada de vídeo.

## Aulas de Yoga e Mindfulness

Com o objetivo de promover atividades que reduzam o estresse e a ansiedade diante do cenário de pandemia, oferecemos aulas de Yoga e Mindfulness específicas para o time PAN, que acontecem duas vezes por semana com instrutores especializados e com 45 minutos de duração.

## Portal de Benefícios – Allya

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

## Day off

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

## Auxílio-farmácia

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

# Projetos e campanhas apoiados

O Banco PAN acredita na construção de uma sociedade mais justa e igualitária

Por isso, apoia financeiramente projetos e instituições que têm como propósito levar o conhecimento e a inclusão para transformar os desafios em conquistas. Seguimos confiantes de que, juntos, seremos protagonistas dessa transformação.

Conheça as instituições que apoiamos:

## Doação direta + Voluntariado



### Plano de Menina

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

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



### Instituto PROA

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

Em 2021, ampliamos o apoio para o patrocínio de 25 jovens em um curso focado na área de Tecnologia e Programação e seguiremos com o voluntariado para ajudar no desenvolvimento dos jovens, que depois participarão dos processos seletivos do PAN. Oito foram contratados como estagiários ou aprendizes, somando-se a mais 5 contratados anteriormente, o que levou o PAN a ser reconhecido como uma das 10 empresas que mais contrataram jovens do Instituto.

## Incentivo à doação

O PAN é focado em transformar os desafios de milhões de brasileiros em conquistas, mas quer ir além e criou uma rede de solidariedade com o Programa [#GenteQueFaz](#), que envolve sete instituições sociais comprometidas com diferentes causas, cujo objetivo é arrecadar R\$ 300 mil.

Além disso, em 2021, realizamos uma campanha com os colaboradores envolvendo ações de voluntariado e doações destinadas ao LAR da Bênção Divina, instituição que o PAN já apoia institucionalmente, com o objetivo de fazer o Natal de muitas crianças e jovens mais feliz!

Arrecadamos cerca de R\$ 12 mil pela plataforma da [Abrace uma Causa](#). Todo o valor foi destinado para a compra e manutenção dos equipamentos utilizados nas aulas fornecidas pelo LAR.

Ao atingirmos o objetivo, os colaboradores foram presenteados com um sarau virtual, organizado pela instituição, que contou com coral, dança e teatro.





## Também realizamos doações diante de situações de crise.

Após a doação, em 2019, de 100 kits de proteção aos voluntários que atuaram na limpeza das praias do Nordeste, em 2020 e 2021, em função da pandemia, doamos R\$ 1 milhão em cestas básicas, itens de higiene, máscaras e verba para os hospitais que mais precisavam no Brasil, em parceria com as instituições **Central Única das Favelas (CUFA), G10 Favelas, Grupo Mulheres do Brasil e Fundo Emergencial da Saúde.**

## Apoio social



### Casa Ondina Lobo

#### Projeto Espaço Intergeracional Gastronômico

Este projeto promove autonomia, integração e participação efetiva de idosos na sociedade, por meio da gastronomia. O projeto visa dar a oportunidade de convívio intergeracional, a educação nutricional e a transmissão de saberes, modo de fazer, formas de expressão, costumes e outras tradições que definem a identidade brasileira, preservando a ancestralidade.



### Lar Escola Francisco Cândido Xavier

#### Projeto Vivendo a Terceira Idade

O Projeto Vivendo a Terceira Idade oferece um novo lar para idosos com vínculos familiares rompidos, oferecendo um espaço adequado para a reabilitação física, estimulando atividades físicas para o bem-estar, resgatando o vínculo social e trazendo equilíbrio emocional com oficinas terapêuticas.

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



### Associação dos Protetores das Pessoas Carentes

#### Lar dos Idosos São Geraldo – Projeto Saber Viver

Atendendo cerca de 150 idosos, a Instituição de Longa Permanência para Idosos (ILPI) Lar dos Idosos São Geraldo acolhe pessoas de ambos os sexos, independentes ou com vários graus de dependência, que, na sua maioria, não possuem possibilidade de autossustento e convívio com familiares. Muitos deles com registro de violência, negligência, abandono e vínculos familiares fragilizados e ou rompidos.

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

Desde 1996, a Instituição recebe esses idosos encaminhados pelo Ministério Público pela Defensoria Pública de MG, por meio dos serviços de Assistência Social - CRAS ou CREA - do município de origem, pela comunidade e Secretária de Saúde ou por busca espontânea de familiares.

## Educação



### LS Nogueira

#### Projeto Voz Amiga

O Voz Amiga é um projeto que, com uma tecnologia diferenciada, permitirá a comunicação básica de crianças e jovens com deficiências múltiplas e transtornos de aprendizagem, através de um software que atua em telas de touchscreen (tablets ou smartphones) com sensores que detectam o toque, transformando-o em comandos.

O projeto visa produzir e fornecer conteúdos (vídeos, áudios, imagens e músicas) adaptados, permitindo a acessibilidade para crianças e jovens com restrições físicas, intelectuais ou cognitivas.



### Fundação Dorina Nowill para Cegos

#### Projeto Ler para Ser

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

Organização sem fins lucrativos que há 75 anos tem se dedicado à inclusão social de pessoas com deficiência visual através de atendimento especializado gratuito, acesso ao trabalho e também pela produção e distribuição gratuita de livros em braile, áudio e digitais acessíveis, diretamente para o público e para escolas, bibliotecas e organizações localizadas em mais de 1.600 municípios em todos os estados do Brasil.

#### Projeto Brincando e Incluindo

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

## Educação



### Projeto Aprendizes – Digital

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

É desenvolvida uma exposição com instalações artísticas interativas e, na exposição final, é feito o reconhecimento dos melhores trabalhos e mentores. Parte dos kits Lego e computadores + tablets são doados.

## Saúde



### Casa Ondina Lobo

#### Fundo Emergencial Covid-19 para Idosos

O projeto busca implementar medidas de prevenção e enfrentamento à Covid-19 para cerca de 60 idosos com idade entre 60 e 104 anos inscritos no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal. Os recursos são destinados ao custeio das atividades da instituição no período pandêmico quanto às novas necessidades apresentadas em função da pandemia, como a compra de materiais de proteção individual, realização de testes, realização de isolamento social, melhoria das condições de higiene e limpeza, entre outras.



### Hospital do Amor

#### Projeto Amparo ao Idoso

O Hospital de Amor (Hospital de Câncer de Barretos) iniciou seus trabalhos em 1962 e tem como objetivos primordiais:

- Prestar assistência médico-hospitalar gratuita a pacientes que necessitem de tratamento oncológico;
- Promover o desenvolvimento de estudos e pesquisas no campo oncológico, incrementando a investigação e sua divulgação;
- Difundir o diagnóstico precoce e prevenção do Câncer;
- Criar e manter cursos de pós-graduação na especialidade de cancerologia;
- Contribuir para a solução dos problemas médico-sociais, estendendo seus fins beneficentes a outras entidades públicas ou privadas.

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



## Esporte



### Lar da Bênção

#### Projeto Corpo e Mente em Movimento

Projeto focado no desenvolvimento físico e mental de crianças, adolescentes e jovens por meio do futebol, aikido e xadrez, no período de contraturno escolar.

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

Atualmente, mais de 200 crianças praticam futebol e, com isso, acabam desenvolvendo o senso de grupo, o físico e a liderança. Enquanto mais de 40 praticam aikido e aprendem princípios como respeito, concentração, disciplina e assiduidade, há também cerca de 40 crianças que praticam xadrez, desenvolvendo o raciocínio e a estratégia.

O Lar é uma instituição filantrópica que, desde 1956, atua nas comunidades em situação de vulnerabilidade ao entorno do Aeroporto de Congonhas, na cidade de São Paulo. Focada nas crianças, a instituição acredita que somente com educação, cultura e esporte é que se pode transformar o Brasil num país melhor.



## Instituto Olga Kos

### Projeto Inclusão a Toda Prova

O Projeto Inclusão a Toda Prova promove a inclusão de jovens e adultos com ou sem deficiência intelectual por meio do esporte. A corrida e a caminhada de rua estimulam a autonomia, fortalecem a saúde e promovem relacionamentos interpessoais.

Fundado pelo Instituto Olga Kos, que tem como missão atender crianças, jovens e adultos com deficiência intelectual, além de pessoas sem deficiência, que se encontram em situação de vulnerabilidade social.



## Instituto Jovem Promessa

### Projeto Eu Vivo Esporte

O Projeto Eu Vivo Esporte é uma iniciativa do Instituto Jovem Promessa que trabalha a inclusão social, o desenvolvimento físico, social, intelectual e emocional de cerca de 160 crianças e jovens com idade entre 7 e 17 anos.

O Instituto Jovem Promessa, instituição governamental sem fins lucrativos, tem como objetivo fomentar a prática de diversas modalidades esportivas entre crianças, jovens e adolescentes, a fim de diminuir a desigualdade social.



## Associação dos Deficientes Por Amputação de Maringá

### Projeto ASSAMA

A Associação dos Deficientes Por Amputação de Maringá (ASSAMA), associação sem fins lucrativos de defesa de direitos sociais, foi fundada em Maringá, no estado do Paraná. Sua principal finalidade é promover a inclusão social e a reabilitação de pessoas que possuem qualquer tipo de deficiência, como também a assistência àqueles considerados carentes, além de divulgar os esportes paraolímpicos, visando incentivar e proporcionar a participação dos atletas em competições regionais, nacionais e internacionais.

## Cultura



### Instituto Dançar

#### Projeto Arts SP

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



### Lar da Bênção Divina

#### Projeto Regendo Sonhos

O Lar da Bênção Divina iniciou o Projeto Musical em 2007 através da Lei Rouanet e hoje, dentro do universo musical, são contempladas aulas de musicalização, coral, violino, viola, violoncelo, flauta doce, flauta transversal, clarinete e xilofone. É trabalhado também o conceito de Artes Integradas, incluindo as oficinas culturais de Criatividade, Dança e Expressão Corporal e Teatro.

Em 2021, o projeto passou a contribuir com uma bolsa de estudos para 10 alunos, dentre os mais velhos, os quais foram selecionados pelo Lar. O intuito é promover a continuação dos estudos, evitando a evasão de alunos para subempregos. A bolsa é um fator motivacional também para os mais jovens, que passam a almejar esse benefício no futuro próximo e se dedicam às aulas e aos estudos.



### **Espaço Cultural Vila Esperança**

#### Projeto Vivências Culturais

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

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



### **Casa Ondina Lobo**

#### Projeto Arte Não tem Idade

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

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

## Sustentabilidade



### Centro de Cultura, Informação e Meio Ambiente

#### Projeto Green Nation

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

Em paralelo a isso, há uma plataforma com informações, entrevistas, vídeos, e cursos online que consolidam a teoria, a prática e o conhecimento.

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



### Lulu 5

Transformar vidas através do ciclismo. É essa a missão da LuluFive, que atua junto a mulheres que se interessam pelo esporte em estrada. Focada em ensinar o público feminino a pedalar, manusear e controlar a bicicleta “road”, a LuluFive ainda organiza a participação em competições no país e mundo afora.

Fundada no fim de 2016 por Gisele Gasparotto, ciclista profissional desde 2006, a marca propõe consultoria para Iniciantes no Ciclismo de Estrada; aula de mecânica básica; workshops de dois dias de intensivão no ciclismo fora de São Paulo (SP); aula técnica na estrada; Lulu Travel Experience (LTE), viagens para pedalar (Brasil e mundo); e Brain Power (comunidade que visa a promover a Educação sobre tópicos *off bike*).

Além do aprendizado e desenvolvimento em cima da bike, LuluFive destaca os muitos benefícios do ciclismo. Com um lifestyle regrado e norteado por objetivos e desafios, muitas das alunas que entraram para o grupo nos últimos anos passaram por transformações em seus estilos de vida, melhoraram a autoconfiança, o amor próprio, o estado de espírito e gerenciamento de crises pessoais, entre vários outros.

Porque juntos, a gente vai lá e faz!

---

**Dúvidas sobre o relatório e seu conteúdo?**

GRI 102-53

**Fale com a gente em:**

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

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





**Banco PAN**

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

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