



**Local Conference Call
Banco Pan (BPAN04)
Resultados do 4T22
8 de fevereiro de 2022**

Operador: Boa tarde senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco PAN para discussão dos resultados referentes ao quarto trimestre de 2022. O áudio e os slides desta teleconferência estão sendo transmitidos simultaneamente pela internet no site de RI da companhia www.bancopan.com.br/RI e na plataforma de webcast. A apresentação também está disponível para download.

Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram por favor solicitar ajuda de um operador digitando *0. Informamos que previsões acerca de eventos futuros estão sujeitas a riscos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam diferentes do esperado.

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

Estão presentes hoje conosco o **Carlos Eduardo Guimarães**, presidente do Banco PAN, e o senhor **Inácio Caminha**, Head de relação com investidores e captação.

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

Por favor, Cadu, pode prosseguir.

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

Começando na página 2, mesmo num cenário macroeconômico desafiador, nosso lucro permaneceu estável com diversificação das fontes de receita. Mantivemos ao longo de todo o ano uma postura conservadora na originação de crédito, crescemos nossa carteira em 12%, com 90% do risco em produtos colateralizados. Cabe ressaltar o aumento da nossa originação B2C e a nossa forte base de capital. Ao longo do ano, evoluímos na disponibilidade novos produtos no aplicativo, na integração da Mosaico e da Mobiauto e na receita de serviços.

Indo para a página 3, nosso número de clientes cresceu 39%, atingindo 23,7 milhões de clientes. Finalizamos o ano com uma carteira de crédito de 39 bi em um volume transacionado no trimestre de 22,7 bi. Nosso lucro trimestral permaneceu estável em R\$191 milhões com um ROE de 11,5% ao ano.

Na página 4, destacamos as perspectivas para 2023. Esperamos uma ampliação na nossa margem líquida de PDD, fruto de uma redução da inadimplência e aumento do *spread* bruto (leia-se taxa cliente menos *funding*), continuaremos conservadores no crédito, muito focados em produtos com garantia e restritivos no cartão de crédito, ampliaremos nossa diversificação de canais aumentando a participação relativa do B2C, ganharemos eficiência e continuaremos buscando o tripé crescimento, engajamento e monetização.

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

Inácio Caminha: Bom, vamos lá. Indo para o slide 6, a gente tem ali a primeira evolução da nossa base de cliente, que fechou em 23,7 milhões, a gente adicionou 1,5 milhão de novos clientes no trimestre, quando a gente olha aqui essa evolução desde o final de 20, triplicamos a base de clientes em 2 anos.

O crescimento por si só nem é o que nos motiva, né, a gente quando olha no slide 7, falando de engajamento, a gente tem essa agenda superimportante que a gente já vem perseguindo há um tempo, a gente vê o banco de forma única, então com todos os canais que a gente tem, seja B2B, seja B2C, e a gente começa a trazer essa visão aqui para vocês, a gente chegou no final do ano com 66% de ativação dos nossos clientes, uma melhora aqui observada por mais produtos e mais serviços que a gente vem implementando, o *cross-sell index* total a gente fechou em 2.1, chaves Pix 7 milhões de chaves cadastradas e um volume transacionado de 22,7 bilhões no trimestre.

Então, essa agenda de engajamento ela passa muito por transacionalidade e a gente vai avançar bem ao longo de 2023.

Falando de originação no slide 8, foi bem forte nesse trimestre, focado em produtos com colateral, então o empréstimo consignado subiu 30% no trimestre, naturalmente amparada pelo auxílio, cartão consignado seguiu bem forte, a gente originou 1 bi e 300, então compondo aí principalmente esses 5.6 de consignado que a gente vê. Veículos com 2 bi e 700 e o FGTS também superimportante com praticamente 1 bilhão, totalizando aí 9,3 bi no trimestre, um recorde que a gente observa aqui nessa série.

Isso naturalmente levou nossa carteira de crédito, olhando aqui no slide 9, a um crescimento maior, também associado a um volume de cessão menor no trimestre,

com isso foram 8% a mais no tri, 12% a mais no ano, consignado mais FGTS respondem ali por 18 bi, 46% do total, veículos praticamente 17 bi com 43, de forma que a gente tem aqui no balanço 90% dos créditos colateralizados dentro desses 39 bi.

E em linha com o que a gente já vinha falando há bastante tempo, a carteira de cartões, por exemplo, ou mesmo o crédito clean, a gente está mais restrito e elas recuaram nesse trimestre.

Falando de inadimplência no slide 10, a gente ficou conservador desde lá do quarto tri de 21, 22 naturalmente como já esperado foi um ano duro e a gente administrou bem o crédito com um mix defensivo, inclusive recuando o percentual de cartões créditos clean, que é o produto que acaba puxando mais o *over*, e a gente tinha comentado no primeiro tri que a gente ficaria estável ali nos patamares que a gente estava naquela época e de fato isso aconteceu, a gente espera para 23 uma redução e no final a gente acabou fechando o ano aqui em 7.1% de *over* 90 e 8,3 de 15 a 90, e sempre lembrando com um percentual muito baixo de renegociação, 1,2% apenas da carteira.

Quando a gente fala de clientes com crédito no slide 11, a gente fez um crescimento importante também, até acelerou nesse quarto tri, principalmente pautados por produtos com garantia, como comentei, e isso é reflexo da nossa estratégia de diversificação, seja de produtos, seja de canais, e essa diversificação se mostra especialmente importante nesses cenários mais difíceis, e a gente totalizou com 12,6 milhões de clientes com crédito no banco, crescendo aí praticamente 30% em um ano.

Então, a gente tem uma oferta de produtos supercompleta disponíveis no nosso aplicativo, também tem contratação via outros canais B2C com contratação por WhatsApp, por exemplo, além do complemento que a gente tem com os nossos parceiros no B2B.

No slide 12 a gente traz receitas de serviços. Acho que a gente chegou num patamar bem forte, foi uma expansão grande em 22, totalizando aí 1 bilhão, só no último tri foram 331 milhões, no ano a gente viu um crescimento de 40%, isso está em linha também com a nossa estratégia de diversificação de receitas, como o Cadu comentou no início, e vamos continuar buscando crescimento e, enfim, mais diversificação, mais produtos, com os nossos clientes tendo essa jornada cada vez mais completa.

Acho que seguros, no slide 13, a gente viu uma evolução importante também, seja com o aumento dos prêmios por lançamentos de novos produtos e também por uma penetração maior na venda com os nossos clientes, e a gente fechou o ano com



2,2 milhões de clientes com apólice de seguro ativas, sendo que no quarto trimestre foram 170 milhões originados em prêmios.

Cartões, aqui no slide 14, acho que fica bem claro qual foi a tendência ou a mudança que a gente fez no quarto trimestre, do terceiro para o quarto trimestre de 21, a gente saiu lá de 700.000 cartões emitidos no terceiro tri e a gente encerrou o quarto tri de 2022 com 137.000 cartões vendidos. E aqui nem só a mudança de postura conservadora se retrata nas emissões, novos cartões, mas também na gestão dos limites dos cartões já existentes, isso acaba se refletindo também, por exemplo, no tamanho de carteira ou no volume de TPV, foram 4,6 bi transacionados no quarto trimestre gerando aí 71 milhões de receitas, e a gente entende que o cartão ele é superimportante para engajamento e a gente tem uma série de melhorias de *features* que têm acontecido de forma constante e vão seguir ao longo de 23 também.

No slide 15 a gente traz detalhes aqui do nosso *e-commerce* através da Mosaico, os nossos marketplaces eles são superimportantes para essa jornada completa de banking mais consumo, a gente atingiu 1 bilhão de GMV no quarto trimestre com um *take rate* desde 8,7%, gerando aí 98 milhões em receitas, e também é um business que já está bem integrado no nosso aplicativo e no nos canais da Mosaico e a gente vai aprimorando as possibilidades de vender mais crédito e mais produtos e serviços nessas plataformas.

Mobiauto, no slide 16, também compõem esse ambiente de marketplace que a gente tem e a gente tem visto uma evolução importante, acho que a contribuição que tem tido na construção dessa jornada de financiamento de um carro tem sido muito bacana, a Mobiauto já responde por 5,9% dos financiamentos que a gente faz, isso aconteceu no quarto trimestre, se olhasse um ano antes logo no início ali da operação conjunta, a gente estava em 1.4% e isso evoluiu bem ao longo do ano. A gente tem um total de 220.000 carros aproximadamente anunciados, e mais importante até do que a quantidade casos, a gente tem visto receitas crescentes, quase 15 milhões nesse trimestre vindas da Mobiauto.

E acho que a forma de contratação de veículos não só via Mobiauto mas através dos nossos parceiros lojistas também vem melhorando bastante, a gente tem um diferencial superimportante no mercado que a gente consegue criar uma experiência para o cliente com uma avaliação de crédito com 3 informações e isso no final, na ponta, é muito bacana para que a gente consiga ter mais proximidade com os parceiros e conseguir uma conversão melhor e maior de financiamentos.

Falando um pouco agora dos destaques financeiros no slide 18, a gente viu uma retomada da margem financeira líquida de custo de crédito, então a gente chegou a 9,2% vindo de 8,3 no trimestre anterior, naturalmente quando a gente está olhando

a margem como um todo líquida de crédito, líquida de custo de crédito, teve um recuo principalmente pelo menor volume de cessão e conseqüentemente a carteira cresceu, mas cessão é um business que a gente gosta e vai continuar fazendo como uma ferramenta aqui de gestão de capital e liquidez muito importante para a gente.

Olhando o resultado trimestral, a margem financeira totalizou 1,9 bi, 16,9%, ou 15,2 sente a gente exclui o resultado de cessão. Do lado de despesas com PDD, a gente chegou a 558 milhões líquidas de recuperação, representando 5,9% da carteira. Aqui também novamente confortável com esses patamares e a gente espera um recuo para o próximo ano.

Do lado de despesas como um todo, a gente teve um aumento por conta de originação, se a gente olha a quebra do lado das despesas administrativas e com pessoal teve um recuo no trimestre, e aí com isso a gente fechou o tri em 191 milhões de resultado líquido, estável em relação aos demais trimestres com 11,5 de ROE.

No slide 20 a gente tem essa visão anual desses mesmos indicadores, mostra que a gente tem um negócio resiliente e diversificado, com margem financeira superforte, totalizou 7,5 bi no ano versus 6,600 bi em 2021. Naturalmente despesa líquida de PDD teve um aumento importante em 22, a gente espera novamente um recuo disso em 2023 em relação à carteira. E do lado de despesas acho que teve um trabalho interessante também que começou, a gente vem buscando ganhos de eficiência cada vez maiores, despesas administrativas e pessoal cresceram num ritmo menor e para frente a gente também vê isso acontecendo, e junto com a nossa estratégia de diversificação de canais a gente também vai buscando ganhar mais eficiência, por exemplo, com comissões com essas despesas de originação. No final, a gente teve um resultado *flat* no ano, 773 milhões, ajustado pelo ágio, e um ROE de 12,2.

Aqui falando um pouco de capital, a gente fechou o ano em 15,6%, tudo de capital principal. Na prática, a gente tem aqui uma base superforte que vai permitir a gente dar sequência na nossa estratégia e alavancar mais essa jornada completa de banking em consumo.

E aí, para gente concluir a apresentação, a gente traz aqui dentro da nossa agenda ESG quais foram as principais entregas de 22. Esse um tema que a gente vem evoluindo bastante, então a gente conseguiu no rating no CDP uma nota B, é uma nota muito boa, já ingressar nesse patamar é bem satisfatório. A gente também entrou né na carteira ISE da B3 e comparando com instituições financeiras a gente está em segundo lugar, também acho que foi uma conquista superimportante. E aí destacaria também acho que a evolução dos nossos clientes nos aplicativos, fruto

dessa melhoria de jornada, fruto dessa completude produtos que a gente vem colocando no ar, produtos e serviços, né, ao longo do ano.

E a gente também não para por aqui, tem compromissos para frente de seguir melhorando ,a gente ao aderir a ambição 2030 traz o que que a gente espera de avanços, seja com mulheres na alta liderança ou com pessoas pretas também na alta liderança do banco, um avanço que é importante sem dúvida.

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

Sessão de Perguntas e Respostas

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

Nossa primeira pergunta vem de Pedro Leduc, do Itaú BBA.

Pedro Leduc: Olá, bom dia a todos, boa tarde já. Duas perguntas, por favor. Primeiro é em crescimento de carteira, a gente viu um aumento forte esse tri, maior originação em consignado e menores cessões de carteira também. Queria entender um pouquinho como é que está a cabeça de vocês para 23 em termos de crescimento mesmo, se a gente deve ver um pouco mais disso que começou no quarto talvez, mais retenções, logo o consignado talvez ganhando *share* e também o que temos de perspectivas para o produto FGTS dentro do crescimento do *budget* aí para 23. Essa é a primeira, obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Obrigado pela pergunta, Leduc. Com relação ao crescimento de carteira, nós esperamos para 2023 crescer mais a carteira do que crescemos em 2022 ao longo do ano todo, conforme eu falei anteriormente, muito focado em originação de produto colateralizado, a gente está bem restritivo no cartão de crédito. Com relação à cessão, a cessão é um instrumento que a gente utiliza desde 2011-2012 para otimizar capital e *funding*, e obviamente a gente olha as condições de mercado em cada período do tempo. Neste último trimestre do ano passado, nós reduzimos de maneira substancial a cessão porque, de fato, naquele momento as condições que a gente viu com o mercado para fazer cessão não eram as condições ideais considerando tudo aquilo que a gente tem para gerir aqui no banco.

Então olhando para frente, continuaremos cedendo e analisando momento a momento as oportunidades e os preços que têm para cada transação de cessão.

Com relação ao FGTS, que era o outro ponto seu, é um produto que a gente tem aproximadamente 15% da originação do mercado, originando entre R\$350 e R\$400 milhões por mês, tem tido alguns ruídos recente com relação a esse produto, mas nós acreditamos fortemente que é um produto bom para o cliente, o cliente ele não tem o desconto todo mês de uma determinada parcela, muitas dessas pessoas não têm acesso ao crédito, estão negativos, e através do empréstimo consignado FGTS elas conseguem tomar uma linha de crédito longa e com um custo bem acessível.

Então o que a gente acha: muito ruído no momento, mas que depois de dissipados esse ruídos, a gente acredita que vai continuar sendo um produto importante para o Pan e importante aí no segmento de crédito para pessoa física no Brasil.

Pedro Leduc: Entendi, está claro então, foi um momento de condições de mercado ali no quarto trimestre, algo mais estratégico, enfim, é estratégico, mas não específico aí do quarto. Tá certo.

Se eu puder fazer uma segunda pergunta rapidamente só em NPL e qualidade crédito, a gente teve um pequeno aumento esse tri apesar do consignado ter aí participação na sua carteira e a sazonalidade talvez um pouquinho melhor, então eu fiquei surpreso com esse *up take* no NPL acima de 90 dias. Queria entender se tem um pouco mais de *color* por trás disso, parece ter sido mais veículos, e se nesse ritmo aí vocês estão adequados, vocês acham que provisionando nesse ritmo ou a gente pode ver uma migração talvez mais próximo para o NPL *formation* que seja acima do que a gente está vendo nos tris aí de provisão?

Carlos Eduardo Guimarães: Eu separaria, a nossa carteira ela tem produtos que tem risco de crédito e tem produtos que não têm um tradicional risco de crédito. Então para responder essa sua pergunta, eu vou deixar de lado o consignado e o FGTS porque eles não estão ligados aos aumentos de inadimplência tradicionais advindos de uma situação macroeconômica mais difícil, nós vamos focar em cartão e veículos e o empréstimo pessoal é muito pequeno aqui do banco, tá. Então o que a gente teve de aumento mais forte de inadimplência em 2022 foi em cartão, por mais que cartão seja um produto que ele é 5 vezes menor do que veículo na nossa carteira no final do ano, ele afetou bastante a nossa despesa de PDD ao longo do ano passado, e como você deve ter visto aí na apresentação, a gente está com uma carteira de 3.6 bi, desde o terceiro tri de 2021 a gente vem desacelerando esse produto porque, de fato, o que a gente acha que aconteceu no mercado como um todo, e obviamente principalmente naqueles clientes que não são de alta renda, foi um excesso de oferta de cartão de crédito e os clientes não têm educação financeira para saber usar o cartão. Como consequência disso, aumentou a inadimplência de cartão, não somente no Pan como, na nossa opinião, no mercado como um todo, principalmente não numa alta renda.

Então desde o terceiro tri de 2021, a gente vem fazendo esse ajuste, reduzindo não só a originação em quantidade de cartão, reduzindo o limite na originação e também reduzindo o limite daqueles cartões que já tinham sido dados anteriormente. Então essa variação do quarto tri de inadimplência ela é muita oriunda de cartão de crédito.

Agora, a gente já temos uma carteira de 3.6 caindo, a gente já tem uma boa parte dessa carteira aqui provisionada, então ao longo desse ano esse efeito de cartão vai ficar cada vez menor.

O veículo também aumentou a inadimplência ao longo de 2022 e em 2023 a gente acha que a inadimplência vai ser maior do que foi em 2021 e 202, só que ele tem uma característica, nós conseguimos cobrar uma taxa e reprecificar esse aumento do risco. Então como você pode ver na nossa originação, no quarto tri nós aumentamos a produção de veículos, nós estamos confortáveis com o nosso negócio de veículos para poder voltar a crescer, mesmo esperando um aumento de inadimplência ou uma inadimplência parecida em 2023 como era em 2022. A diferença é que a gente colocou no preço.

Pedro Leduc: Tá legal, Cadu, obrigado.

Operador: Obrigado. Nossa próxima pergunta vem de Rafael Frade, do Citibank.

Rafael Frade: Bom dia a todos. Desculpa voltar na questão do cartão de crédito, mas tenho que fazer aqui. Como você bem pontuou, Cadu, vocês têm sido mais conservadores na originação de cartões de crédito lá desde o final de 21, então eu imaginaria que essa inadimplência fosse talvez [incompreensível] vinha sendo estável nos tris anteriores e teve essa pequena piora aí no quarto tri. Teve alguma coisa específica que acaba explicando isso?

E a segunda pergunta é com relação às despesas com originação. Teve um aumento bem relevante da despesa de originação no trimestre e eu queria entender se é alguma linha que eventualmente ela tem um comissionamento maior? A despesa de originação foi bem maior do que o próprio crescimento da originação, então se pudesse dar um pouquinho de cor aqui. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Tá ótimo. Então assim, começando pela resposta aí sobre cartão, desde o final do terceiro tri de 2021 a gente está originando menos e estamos também reduzindo o limite de cartão, só que diferentemente de outros produtos onde você origina uma única vez e depois tem os pagamentos, o cartão todo mês ela tem uma originação e obviamente todo mês ela tem uma originação e essa capacidade creditícia ela é afetada pela situação macroeconômica do Brasil. Então o que que a gente tem feito desde lá? Segurando a carteira, reduzindo a carteira e novas emissões. Agora a condição financeira dos clientes que têm o cartão conosco e com um cartão com o mercado, ela vai mudando, então não



necessariamente uma redução da exposição você vai ter uma redução da inadimplência no mesmo momento. O que você está fazendo é reduzindo a sua exposição e é isso que a gente vem fazendo ao longo do tempo.

A situação macro dos nossos clientes num segmento parecido não só dos nossos, mas como a gente tem acompanhado em outras instituições também, ela tem ao longo do tempo se deteriorado na nossa opinião por um excesso de oferta de crédito, o excesso de oferta de cartão, e isso que tem acontecido aconteceu bastante em 2022.

Qual foi o nosso trabalho? Ser restritivo na originação e também no gerenciamento dessa carteira reduzindo a exposição. Então hoje a gente tem uma exposição menor do que ele era no passado e uma exposição líquida de PDD muito menor do que era no passado, e obviamente isso tem uma exposição menor para 2023 e para 2024. Essa é a nossa leitura sobre o cartão.

E aí respondendo a sua segunda pergunta, despesas de originação basicamente elas foram maiores porque a gente originou muito mais operação de crédito no quarto tri quando comparados no terceiro tri. Ela é bastante um custo variável, a gente separa desta maneira porque, de fato, ela é um negócio muito ligado à produção, e nossa produção foi maior no quarto tri e por isso que teve uma despesa de originação maior.

Rafael Frade: Tá ótimo, obrigado.

Operador: Obrigado. Nossa próxima pergunta vem de Gustavo Schroden, do Bradesco BBI.

Gustavo Schroden: Boa tarde, pessoal, obrigado pela oportunidade. Eu vou fazer 2 perguntas também. A primeira é se você pudesse só dar obviamente em grandes números, ou uma sensibilidade, o que que a gente pode esperar, por exemplo, de crescimento de NII para 23, se é em linha com a carteira, acima ou abaixo, a mesma coisa com as despesas de provisão, se é vir em linha, acima ou abaixo do crescimento de carteira de crédito, e se a gente pensando na linha de *fee income* e Opex também só para dar uma base para a gente aqui o que que a gente pode esperar para o ano nas principais linhas em termos de crescimento e evolução.

A minha segunda pergunta é um pouco mais específica referente à linha de outros. Eu não costumo ficar me apegando muito a essa linha não, mas nesse trimestre aqui me parece que teve uma diferença aqui, vinha sempre com resultado negativo aí de 120-130 milhões e nesse tri foi um resultado positivo de 48 milhões, e isso, enfim, acaba tendo um impacto no *bottom line* aí significativo na nossa leitura. Então eu só queria entender a composição dessa linha de outros, se tem alguma coisa

não recorrente aqui para a gente entender ou se, enfim, uma explicação aqui para a gente seria interessante. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Tá joia. Vou começar aqui pelo NII. Nós esperamos sim um aumento de NII para 2023. Para você ter uma ideia, a nossa originação de veículo ao longo de 2022 ela foi com uma taxa cliente razoavelmente maior, e aí... taxa cliente não, o *spread* bruto, o *spread* bruto é taxa cliente menos o funding, razoavelmente maior do que foi em 2021 basicamente porque a nossa perda esperada dentro dessa precificação era uma perda esperada maior. Então a gente espera sim o NII em 2023 acima do que foi em 2022.

Com relação ao tamanho da provisão, o que a gente espera é uma provisão ligeiramente menor, uma despesa de provisão ligeiramente menor do que foi em 2022. *Fees* aumentando, como você pode ver aí a gente aumentou 40% esse ano, ano contra ano, a nossa receita de *fees*. Em termos de despesas, nós não esperamos crescimento de equipe relevante ao longo desse ano, esperamos sim ganhar alavancagem operacional crescendo e mantendo basicamente o mesmo custo. Obviamente, como eu falei anteriormente, a originação ela tem algumas despesas ali variáveis que quanto mais a gente origina, mais ela pode crescer, mas as outras despesas, que é onde você ganha de fato alavancagem operacional, nós não esperamos crescimento substancial no banco e esperamos sim um crescimento de receita e de carteira consequentemente.

E indo agora para a sua segunda pergunta, outras receitas, basicamente essas outras receitas, as principais linhas ali dentro, são fraude e basicamente recuperação de fraude. Então ao longo desse ano a gente fez um trabalho bem bacana que a gente reduziu as despesas de fraude dentro do nosso negócio, cada vez mais aprendendo, obviamente fraude é algo que a gente tem que estar sempre atento porque o advento dessa digitalização dos bancos digitais, de um lado você tem muito menos custo para você poder atender o seu cliente, por um outro lado as fraudes elas são escaláveis e são mais perigosas do que eram no passado, então a gente tem bastante cautela nesse negócio aqui.

Então nossas fraudes estão diminuindo, e outro ponto também importante é que a gente está tendo maior recuperação de fraudes anteriores, e aí eu vou dar um exemplo: a gente tem aqui parte da nossa originação do consignado ela é feita através de correspondentes bancários e a gente tem contratos com esse correspondentes e negociações comerciais onde nós cobramos o reembolso de determinadas fraudes e/ou má vendas, e isso a gente tem feito bastante. Então nada mais é que uma outra forma de você ganhar eficiência operacional em custo, não no tradicional, mas dessas operações que são originadas por terceiro.

Basicamente essas 2 linhas aqui explicam essa diferença do terceiro tri para o quarto tri. Esse aqui não é *one-off*, nós continuaremos ganhando eficiência em custo e continuaremos reduzindo a fraude para frente. Então faz parte aí do bom gerenciamento aqui do banco.

Gustavo Schroden: Perfeito, Cadu. Muito obrigado, superclaro.

Operador: Obrigado. Nossa próxima pergunta vem de Carlos Daltoso, da Eleven.

Carlos Daltoso: Boa tarde, Cadu. Boa tarde, Inácio. Também tenho 2 perguntas aqui do meu lado, mais com relação a perspectivas do que resultados em si. Acho que já explorou bastante a inadimplência do cartão de crédito, como é que isso vem reduzindo ao longo do tempo, mas dada essa dinâmica também que a gente viu nos últimos trimestres, qual a expectativa de reversão aí dessa tendência de alta? Quando a gente pode ver ali uma redução ou um menor ritmo de crescimento desse NPL?

E também com relação ao tripé de negócio, já emendando a segunda pergunta, eu queria que você explorasse um pouco mais a monetização da base, vimos uma boa evolução da base de clientes, maior penetração também de crédito por cliente, aumento do *cross-sell*. Se você poderia explorar um pouco mais ali as estratégias de monetização da base em 2023.

Carlos Eduardo Guimarães: Tá ótimo, obrigado pela pergunta aí, Daltoso. Com relação à despesa de PDD específica de cartão, nós esperamos uma queda importante a partir do segundo semestre deste ano, nos primeiros 3 meses parecido, o nível de inadimplência de cartão parecido ao que foi no quarto tri, mas a partir daí uma redução, principalmente porque a gente está travando o tamanho da carteira, cada vez mais ficando clientes melhores, e aqueles clientes que são piores vão chegar a 100% de PDD e daí não passa. Então, em termos macro, a partir do segundo semestre uma melhora importante de despesa de PDD de cartão.

Com relação à crescimento e ritmo de crescimento, lembrando que a gente começou o nosso banco digital a 2 anos atrás, e como tudo que começa, 2 anos depois temos vários aprendizados, então a gente vem cada vez mais otimizando o nosso custo de originação e que tipo de cliente nós queremos atrair, porque no final a gente está sempre querendo, está sempre buscando o engajamento e a monetização. Então dito isso e dado todo esse cenário que a gente está vivendo, a gente decidiu reduzir o *pace* de crescimento, até porque um produto importante para você engajar é o cartão de crédito, e neste momento nós não estamos confortáveis em expandir o cartão de crédito. Então essas coisas se interligam: o aprendizado de 2 anos do banco digital, mais um cartão mais restritivo que a gente tem aqui agora, a gente decidiu reduzir o nível de crescimento aí dos nossos clientes.

Agora temos o que a gente sempre conversa aqui internamente, a gente tem uma base de clientes supergrande, temos vários potenciais clientes aqui a serem explorados que já estão aqui dentro, precisamos aumentar o engajamento e paralelamente a isso a transacionalidade aumentou, então não aumentou o número de clientes naquela mesma velocidade, mas a transacionalidade aumentou bem. E outro ponto importante aqui que a gente quer explorar bastante é o *share of wallet* que a gente tem dos nossos clientes. Então se hoje aqui é em torno de 10-15%, a gente quer ir para 20-25% de penetração de crédito nos nossos clientes.

Então crescimento para gente aqui não quer dizer somente novos clientes, crescimento quer dizer uma exploração da base que você já tem, eventuais clientes que não são ativos vamos ativar, eventuais clientes que só tem 2 produtos, vamos vender mais produtos. Então tudo isso é crescimento e a gente está otimizando isso depois de 2 anos de aprendizado.

Carlos Daltoso: Excelente, obrigado.

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

Pedro Leduc: Obrigado pelo *follow-up*. Tenho dois rápidos. Primeiro, no final do 22 foi assinado um acordo com o controladora ali BTG que o Pan poderá vender acho que era um montante de R\$10 bilhões de carteira nos próximos 24 meses. Eu queria entender um pouco o que seriam essas carteiras, se são já vencidas, baixadas, ou, por exemplo, carteiras de consignado que vocês venham a fazer cessões para o BTG. Essa era a primeira pergunta. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: Tá. Isso aí é só a carteira... realmente, assinamos um acordo com o BTG, o BTG nada mais é que um novo *player* para comprar carteira e também para prover *funding* para o Banco Pan, então são carteiras em dia basicamente de FGTS e de consignado, carteiras estas que são elas que estão sendo vendidas desde 3 ou 4 anos para trás. Então o BTG é um novo *player* que ele buscando também otimização do seu capital e do seu *funding* ele vai poder comprar essa carteira que tem uma rentabilidade bacana para eles e a gente vai escolher aquilo que é a melhor opção aqui no Pan.

De novo, a gente está sempre buscando a diversificação, e no caso da cessão é uma diversificação de contrapartes. Ao longo dos últimos anos a gente fazia cessão com 3 ou 4 contrapartes, o BTG agora é mais uma contraparte, não necessariamente a gente vai ceder para o BTG, isso é uma possibilidade, e a gente está tentando também novas instituições aí para que a gente possa ter o maior leque e melhores escolhas na hora da cessão.

Pedro Leduc: Legal, acho que pode realmente fazer sentido aí para os 2 lados isso. E aí eu sei que, Cadu, essas coisas estão muito fluidas ainda, mas queria saber se

o Pan tem algum *view* inicial sobre o que pode ser um programa do governo de desendividamento de classes sociais mais baixas. Com certeza vocês devem estar participando das discussões, toca o seu público em cheio. Qual seria um desenho que seria legal? Enfim, só um pouco do seu *view*, eu sei que ainda não definido, mas só para a gente ter uma ideia aqui. Obrigado.

Carlos Eduardo Guimarães: É, a gente tem participado bastante aí dessas discussões através do Pan e do BTG sobre essas discussões, principalmente a discussão do desenrola desse programa aí que o governo está querendo montar, a ideia é superbacana, faz todo o sentido e tem alguma dificuldade aí na operacionalização. Então isso aqui pode ser um negócio bacana não só para o Pan, mas como para o mercado como um todo.

Nós não estamos levando em consideração que vai ter mais renda para o nosso cliente e com base nisso vai ter uma maior capacidade de pagamento. Nós não estamos levando em consideração isso no nosso gerenciamento do dia a dia, tá. Isso pode até vir a acontecer, mas a gente não está levando em consideração isso com uma eventual redução da inadimplência porque vai ter mais renda para essas pessoas.

Então, sim, o governo acho que tem bastante esse foco, o foco de tentar ajudar dentro do possível o público de mais baixa renda que tem sim bastante interseção aqui com o nosso público, mas, enfim, muitas discussões ainda sem um desenho completo. O macro é que existe uma vontade de ajudar de alguma forma, seja no pagamento das suas dívidas vencidas ou em novos créditos para esse público de 1 até 2 salários-mínimos que a gente tem uma parte dos nossos clientes que estão enquadrados nesta faixa de renda.

Então é isso que a gente tem acompanhado bem de perto, mas não estamos assim superanimados que isso aqui pode melhorar bastante o nosso negócio. Não acho isso uma boa. Se melhorar, ótimo, mas não vamos levar isso em consideração no gerenciamento do banco.

Pedro Leduc: Claro. Muito obrigado por dividir conosco aí. Até logo.

Operador: Obrigado. Lembrando que para fazer uma pergunta, basta digitar *1. Por favor, aguardem enquanto coletamos novas perguntas.

Não havendo mais perguntas, eu gostaria de passar a palavra ao senhor Carlos Eduardo para suas considerações finais.

Carlos Eduardo Guimarães: Mais uma vez obrigado aí pela participação de todos, eventuais dúvidas que porventura ainda vocês tenham, é só ligar aqui para o nosso



peçoal aqui de RI que a gente vai responder com o maior prazer esperamos vocês aí na nossa próxima divulgação de resultados.

Operador: A teleconferência do Banco Pan está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenha uma boa tarde.