

BANCO PAN
TELECONFERÊNCIA
DE RESULTADOS
3T2021
03/11/2021

OPERADORA - Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência do Banco Pan para discussão dos resultados referentes ao 3T2021. O áudio e os slides desta teleconferência estão sendo transmitidos simultaneamente pela internet no site de RI da Cia., 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 apresentação e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Informamos que previsões acerca de eventos futuros estão sujeitas a riscos e incertezas, que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem, ou sejam diferentes do esperado. Essas previsões emitem a opinião unicamente na data em que são feitas e a Cia. não se obriga a atualizá-las.

Estão presentes hoje conosco Carlos Eduardo Guimarães, presidente do Banco Pan; o Sr. Mauro Dutra, CFO do Banco Pan; e o Sr. Inácio Caminha, *head* de Relações com Investidores e Captação. Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. Mauro Dutra, que dará início à apresentação.

Por favor, Sr. Mauro, pode prosseguir.

MAURO DUTRA – Muito bom dia a todos. Obrigado pela presença de sempre. Aqui para mais um papo, agora para a divulgação do nosso resultado do 3T2021. Nesse trimestre nós avançamos aqui de forma significativa, seja no crescimento do Banco, na ampliação do engajamento dos clientes, anunciamos duas operações, a de M&A, que a gente vai tratar um pouco mais à frente, e seguimos a nossa trajetória de crescimento de resultados com rentabilidade.

Então, eu vou dar início à apresentação pelo slide 2, conforme a gente sempre faz em nossos destaques operacionais. Começando da esquerda para a direita, nós atingimos a marca de mais de 15,0 milhões de clientes nesse trimestre, que dá um crescimento de mais de 100,0% contra a mesma data do ano passado. A carteira de crédito fechou o tri em R\$ 33,3 bilhões, crescendo aí 30,0% no ano contra ano. Como a gente tem sempre

falado, a carteira é focada em produtos com colateral. A gente tem evoluído para um mix de alguns produtos *clean*, mas estruturalmente a carteira é focada em produtos com colateral. Nessa data base de setembro, produtos com colateral representavam 90,0% da carteira na exposição financeira. O volume transacionado no aplicativo e em cartões atingiu R\$ 13,8 bilhões, crescendo 90,0% contra o trimestre anterior, evidenciando aqui o engajamento dos clientes e uso do cartão e do aplicativo. Tivemos um lucro de R\$ 191,0 milhões no trimestre, mais de 10,0% de crescimento contra o mesmo trimestre do ano passado e um ROE de 13,6%. Sempre lembrando que dentro desse ROE a gente tem um volume importante de investimentos em todas as áreas que estão crescendo aqui no Pan.

Passando para o slide 3, nós trazemos a evolução da quantidade de clientes. Então no 3T tivemos 52,0 mil clientes por dia útil, 52,0 mil novos clientes por dia útil. Na nossa visão, isso aqui evidenciando o maior *awareness* do Banco e a amplitude de produtos crescendo a quantidade de portas de entrada e deixando claro para o cliente a nossa proposta de valor. Com esses 52,0 mil novos clientes por dia útil a gente chega aos 15,2 milhões de clientes na data base de setembro.

Indo para o slide 4, tratando agora de engajamento, que é o segundo grande pilar do nosso negócio, crescimento, engajamento e monetização. Em engajamento nós fechamos setembro com 11,0 milhões de *banking clients*, cliente com conta e/ou cartão, o nível de ativação subiu do tri, para o tri passado, para 52,0%, mesmo com crescimento acima de 30,0% da base. Então, pela nossa visão também evidencia bastante engajamento dos clientes que tem entrado. O *cross sell index*, que é um indicador novo que nós estamos divulgando, basicamente são produtos pelos *banking clients* ativos. Chegamos a 2,4 em setembro e daqui a 2 slides a gente vai mostrar a agenda de lançamento de produtos, até porque a gente espera que esse indicador siga subindo e chegamos no mês de setembro ao fluxo orgânico de novos clientes de 43,0%, contra 21,0% em junho, também reforçando o maior *awareness* do Banco e todos os investimentos que nós temos feito na nossa marca e na proposta de valor para os clientes que procuram o Pan em qualquer das portas de entrada.

Slide 5. A gente atualiza a quantidade de acesso ao aplicativo e o volume transacionado. Então, o acesso ao aplicativo eram 214,0 milhões no 3T, e aí segue a trajetória de crescimento bem acelerada, conforme a base passa a usar mais o aplicativo. O volume transacionado de R\$ 13,8 bi no trimestre, sendo que o número de setembro anualizado já passa de R\$ 60,0 bilhões, sendo aqui todos os produtos e as movimentações que os clientes fazem no aplicativo.

O slide 6, que é o próximo slide, ele é um pouco mais conceitual, para a gente tangibilizar o que tem acontecido e a evolução do nosso aplicativo. Então, como vocês sabem, nesse trimestre nós anunciamos as transações com a MobiAuto e com a Mosaico, então desde julho nós temos incrementado bastante a oferta de produtos e assim continuaremos nos próximos trimestres. Então, indo da esquerda para a direita, em julho nós colocamos, fomos o primeiro banco a colocar a contratação do FGTS no aplicativo, sendo que é auto servido 100,0% pelo cliente; em setembro, adicionamos a experiência da solicitação da maquininha para experiência também no aplicativo. Agora em outubro, consignado, Car Equity, no aplicativo e o simulador já nas plataformas da MobiAuto, então o cliente que estiver buscando um veículo em qualquer nas plataformas da MobiAuto já consegue simular diretamente um crédito no Pan. Já estamos com um cartão da Buscapé, com *cashback* aí na parceria hoje com a Mosaico, e daqui para a frente vamos incrementar o aplicativo com o Marketplace, também em parceria com a Buscapé; a aba de seguros; o pré aprovado de veículos e o Saúde Pan. Tudo isso entra até o final do ano juntamente com a nova versão do app, que na nossa percepção melhora bem a usabilidade para o cliente e também facilita a contratação de produtos. Então, tudo isso entregue por um time de 800 pessoas em tecnologia aqui no Banco, sempre com o foco na ampliação do engajamento e da monetização.

Todo esse fluxo de novos produtos fica mais claro aqui no slide 7, onde a gente deixa mais evidente o que a gente tem de proposta de crédito e serviços. As duas propostas super completas, com produtos que permeiam toda a vida financeira do cliente, permitindo assim ao Pan uma maior diversificação de receitas, que já tem acontecido e continuará acontecendo nos próximos trimestres.

Pra fechar esse bloco inicial, como a gente falou, crescimento, engajamento e agora monetização, então, nos 9M2021 nós investimos mais de R\$ 800,0 milhões principalmente em novos produtos e na área de tecnologia. Mesmo com esse investimento obtivemos, entre margem financeira, 4,9 bi, e receita de serviços, R\$ 500,0 milhões, obtivemos um lucro líquido de R\$ 584,0 milhões acumulado nos 9 meses. Vale ressaltar aqui que o crescimento da receita de serviços é bem superior ao da margem financeira, como a gente também vem falando. E isso chega a um ROE nos 9 meses acima de 14,0%, novamente reforçando mesmo com todo o investimento realizado. Então, esses investimentos tem trazido mais clientes, tem trazido engajamento, tem nos deixado bem satisfeitos e bem animados com o que tem pra frente e a gente, mesmo assim, mantém o nível de rentabilidade super adequado aqui no nosso negócio.

Vou passar agora a palavra para o Inácio, que vai dar mais cor nos destaques financeiros e depois a gente passa para o Q&A.

INÁCIO CAMINHA – Vamos lá, então. Seguindo para o slide 10, a gente tem aqui os principais números indicados [08:28] no trimestre, a gente vê no gráfico de margem financeira uma evolução importante. A gente encerrou o trimestre com R\$ 1,75 bilhão, equivalente também a 19,3%, comparando com os ativos médios, mantendo aqui um elevado nível de margem, mesmo com uma rentabilidade um pouco [08:50] de crédito dadas as cessões que a gente faz de carteiras mais recentes.

Despesas líquidas com provisão vem se comportando também num patamar histórico, atingiram ali 4,6% frente aos 3,6 que vinham do trimestre anterior. E aqui acho que esse movimento também decorre de uma mudança gradual do nosso mix de carteira e também relacionado à curva J do cartão de crédito. Quando a gente olha para o gráfico das despesas, no canto inferior esquerdo, a gente vê que elas totalizaram R\$ 1,0 bilhão no trimestre, em linha com o trimestre passado, e aí quando a gente olha a quebra da originação, a gente teve uma pequena redução, mesmo com um volume bem maior de clientes e isso ocorre pela queda que a gente vê no CAC e também pelo fluxo orgânico [09:44] como comentou. E além disso a gente teve uma originação de consignado um pouco menor no trimestre. Despesas com pessoal, a gente vê um pequeno aumento causado principalmente pela ampliação do time e também já pelo impacto do acordo coletivo de setembro. E aí a gente finaliza com o lucro líquido que se manteve em linha ali, fechando o trimestre em R\$ 191,0 milhões, com 13,6 de ROAE contábil.

No slide 11, a gente tem as mesmas informações, mas agora acumulando os 9 meses. A margem então totalizou R\$ 4,9 bilhões, um valor bastante expressivo, 19,5% em relação aos ativos e evoluindo 30 bps em relação aos 9M2020. E aqui a gente já começa a ver mudanças de mix de carteira e também melhora no custo de *funding* do Banco. Quando a gente olha as despesas com provisão, nominalmente elas ficaram *flat*. Em relação à carteira a gente vê um recuo importante e nas despesas como um todo, aí sim a gente vê um aumento mais forte, da ordem de R\$ 1,0 bilhão, atingindo R\$ 2,9 bilhões nesses 9M2021. E aqui, principalmente um reflexo dos investimentos que a gente vem realizando tanto na conta digital quanto na aquisição de novos clientes. E o lucro líquido expandiu de forma importante para R\$ 584,0 milhões com um ROAE contábil de 14,2%.

No slide 12 a gente traz a evolução da originação de crédito. A gente concedeu um total de R\$ 7,0 bilhões em novos créditos nesse trimestre, e em julho a gente começou a venda de um produto novo pelo aplicativo, a venda do empréstimo no aplicativo do FGTS.

A gente foi o primeiro banco a oferecer isso de forma digital, permitindo que o cliente contrate sozinho 100,0% pelo app. Só no 3T, nesse início de operação, a gente já originou mais de R\$ 1,4 bilhão nessa modalidade, sendo que setembro, isoladamente, foi R\$ 1,0 bilhão. Então a gente está bem otimista com o potencial desse novo produto que vem apresentando uma conversão bem forte no aplicativo. O consignado, a originação voltou para os patamares que a gente observava anteriormente, já que no 2T teve um aumento de margem que acabou elevando o volume de originação. Em veículos, a gente segue no ritmo forte também de originação, R\$ 2,3 bi no trimestre, permitindo que a carteira siga crescendo de forma importante.

Indo para o slide 13, a gente tem os dados de carteira de crédito, como que ela vinha se comportando. Avançou 3,0% no trimestre, 31,0% no ano, totalizando R\$ 33,3 bilhões. E aí quando a gente olha o quadro, pelas características de risco semelhantes, a gente trouxe o FGTS junto com o consignado, que totalizaram aí R\$ 15,1 bilhões. Como destaque aqui a gente ressaltava o crescimento relevante tanto em veículos quanto em cartão, cresceram aqui 43,0% e 119,0% no ano, respectivamente. E além disso, a gente viu no trimestre também a carteira de empréstimo pessoal ganhando mais velocidade com expansão da conta digital e, no tri, a carteira avançou 65,0%, atingindo R\$ 359,0 milhões. E aí as carteiras em *run off* estão recuando de forma bem importante, 35,0% em 12 meses, e encerraram o trimestre em R\$ 429,0 milhões, basicamente representado aqui por crédito imobiliário, de *home equity*, com alto nível de provisionamento. Acho que um ponto super interessante também para a gente destacar são os baixíssimos níveis de renegociação da carteira, 0,4%, e o portfólio como um todo demonstra também bastante resiliência e um perfil sólido de risco na medida em que 90,0% tem colateral.

Olhando o slide 14, a gente traz os dados de inadimplência da carteira de varejo. O *over 15 a 90* se manteve em 7,5%, abaixo dos níveis históricos, o *over 90* subiu de 5,4 para 5,8 nesse trimestre, um movimento de retorno também às médias históricas, influenciada também pela mudança de mix que ao mesmo tempo se reflete nas margens de crédito que a gente vem apresentando de forma crescente no Banco. E novamente a gente reforça a resiliência da carteira de 90,0% de colateral, são bem importantes pra gente dentro do nosso risco.

No próximo slide, o 15, a gente traz os detalhes do consignado, e aí agora agregando o produto do FGTS. No trimestre, a gente originou em média R\$ 1,5 bi por mês, R\$ 4,5 bi, no total, sendo que 32,0% disso foi desse empréstimo com garantia do FGTS. A gente manteve uma concentração bem relevante nos convênios federais, 96,0%, dos quais

INSS mais FGTS representam 90,0%, e aí a gente fechou o trimestre com R\$ 15,1 bilhões de carteira, sendo 1,5 só na carteira de FGTS, mais 11,5 bilhões na carteira de empréstimo consignado, e 2,1 bilhões na carteira de cartão consignado.

Indo para o slide 16, a gente tem os dados de veículos. A gente manteve uma originação forte, crescendo 36,0% em relação ao 3T2020. A gente está presente aqui em mais de 18.000 lojas, encerrou o trimestre com essa carteira de 14,2 bilhões, com níveis bem adequados de rentabilidade e prazo das operações. E aí, eu acho que isso comprova bem que a nossa estratégia de crescimento é consistente e nos permite continuar originando com bastante qualidade, mesmo ampliando volumes. E a gente também está super animado com a aquisição da MobiAuto, isso fortalece bem o posicionamento que a gente tem já no início da busca por um novo carro. Antes a gente acabava aparecendo como opção para o cliente quando ele já tinha escolhido o carro e ia buscar um financiamento, então a gente entende que isso vai gerar mais engajamento de clientes e também vai nos aproximar cada vez mais dos 2 dígitos.

Indo para o slide 17, a gente tem os dados de cartões. A gente continua com um ritmo super forte de emissão, impulsionado pela conta digital. Eram mais de 700.000 cartões emitidos nesse trimestre. Na parte de baixo, a gente vê também uma evolução forte no número de transações, o volume de transações atingindo R\$ 4,1 bilhões, um aumento de 20,0% em relação ao trimestre passado, reforçando esse engajamento crescente que a gente vem observando com os nossos clientes, e aí a carteira passou dos R\$ 3,0 bilhões, somou R\$ 3,1 bi no fechamento de setembro, um crescimento também gerado pela ampliação, seja da utilização do produto, quanto também de base dos clientes.

E aí, seguindo ainda em cartões, a gente trouxe aqui no slide 18 uma novidade bem interessante, fruto da nossa parceria com a Mosaico, a gente lançou o novo cartão *co-branded*, que ele tem *cashback* para todas as compras e também um *cashback* extra nas compras que forem realizadas nas plataformas da Mosaico, e tem outros benefícios como, por exemplo, a compra Garantia de Menor Preço. Então, acho que esse é um produto bem... num momento muito bom. A gestão do cartão vai ser feita através do aplicativo do Pan e marca a entrada da Mosaico nos produtos financeiros. E aí, com uma execução muito rápida junto com o time da Mosaico, a gente conseguiu colocar esse produto na rua num tempo recorde, as vendas já foram iniciadas no último domingo e os cartões também vão começar a chegar nas casas dos nossos clientes e certamente isso vai agitar ainda mais esse mês da *Black Friday*.

Na página 19, a gente traz os dados de seguros. A gente compartilha aqui algumas

informações. A gente chegou a R\$ 523,0 milhões em prêmios de seguros anualizados nesse 3T. A gente já tem cerca de 1,5 milhões de clientes ativos e a gente vê bastante potencial para a venda de mais produtos. E aí, falando nisso, a gente vai lançar nesse 4T a nova aba de seguros, com uma estratégia de diversificação, de *cross sell*, de expansão da nossa plataforma, que aos poucos vai sendo preenchida com diferentes modalidades e a gente vai começar pelo seguro Pix, depois seguro de vida e a gente dando sequência com o residencial, celular, perda de renda, enfim, e certamente vai ser uma experiência muito fluida na contratação e aí, assim a gente vai ter uma gama completa de seguros para os nossos clientes, para ajudar no planejamento financeiro deles e também na segurança familiar.

Aí, falando um pouco de captação. No slide 20, a gente fechou o trimestre em R\$ 32,5 bilhões, evoluindo 27,0% no ano. A gente continua diversificando as nossas linhas de *funding* e reduzindo o custo com novas fontes de financiamento e também melhoras relevantes nos *ratings*, que a gente observou desde o início desse ano, e a gente segue vendo uma oportunidade bem interessante na conta digital que vai contribuir com a pulverização da nossa base com o mercado, mesmo com o perfil mais tomador de crédito que tem o nosso cliente.

Para finalizar, a gente tem as informações de capital. Depois da consolidação do BTG a gente não tem mais um índice individual oficial mas a gente vai continuar dando *disclosure* do nosso, uma forma de *pro forma*. A gente encerrou o trimestre em 15,3%, integralmente composto aí por capital principal e ele recuou um pouco pelo crescimento de carteira, mas ainda está em níveis bastante confortáveis para nossa operação. E a gente segue aqui, no nosso direcionamento, baseado em forte crescimento, a gente vem agregando escala na operação, vem realizando investimentos bem sólidos e significativos em novos produtos que são aderentes às necessidade dos nossos clientes e tudo isso, no final, fortalece o engajamento. Então, além disso, a gente vem apresentando níveis bem fortes de monetização, juntando tudo isso com uma gestão de risco bem adequada de diversificação de receitas.

Com isso a gente conclui aqui a apresentação e abre espaço para as perguntas.

OPERADORA – Obrigada. Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Caso deseje fazer alguma pergunta, por favor, digite *9. Se a sua pergunta for aceita, você deve digitar *6 para desmutar seu microfone. Aguarde enquanto coletamos as perguntas.

O Sr. Gabriel da Nóbrega gostaria de fazer uma pergunta.

Digite *6 no seu telefone para desbloquear o seu microfone.

Por favor, digite *6.

GABRIEL DA NÓBREGA – Oi, pessoal, bom dia. Desculpa, teve um problema técnico aqui. Mas eu estava olhando a provisão aqui, cresceu bem forte nesse trimestre, mesmo a gente sabendo que vocês fazem a provisão pela 2682. Então, eu só queria entender um pouco se tem alguma coisa além aqui ou então esse crescimento da provisão realmente está vindo da receita que está começando a crescer um pouco mais forte em crédito [23:02] algum tipo de colateral. E a minha outra pergunta, a gente viu aqui esse *road map* que vocês tem aí pro lançamento de novos produtos, acho que está perfeitamente em linha com o contorno que vocês tem aí para alavancar cada vez mais o banco digital de vocês, mas eu queria saber se tem alguma expectativa do que vocês já lançaram ao longo dos últimos meses, eu queria saber se vocês já tem algum dado ou algum tipo de informação, como é que essas novas iniciativas elas estão acontecendo. Obrigado.

MAURO DUTRA – Gabriel, tudo bem? Obrigado pela pergunta. Ficou um pouco baixo, mas acho que a gente conseguiu pegar aqui. Se faltar algum tema você comenta. Em relação à provisão, o que a gente observa é um retorno aos patamares históricos. Então, como a gente mostra ali no custo de crédito, o 4,6 que a gente divulgou nesse 3T conversa bem com o nosso histórico ali entre 4 e 5, lembrando que a gente tem hoje um mix um pouco diferente do que tinha no passado, com mais produtos *clean* entrando na composição, isso também se reflete na margem, e a curva J do cartão, expandindo a base do cartão é natural que aconteça, tá. Então, como a gente já vinha observando o retorno gradual ao nosso histórico, esse entre 3,5 e 4 que a gente observou nos trimestres recentes a gente achava que já voltaria, então nada que chame a atenção nesse sentido. Sobre o *road map* de lançamentos, como você perguntou de números, os produtos que foram lançados agora recentemente, a gente já divulgou o FGTS que, poxa, teve uma adesão super relevante no aplicativo, então já se tornou aí no mês de setembro, conforme divulgado, um dos principais produtos de originação do Banco, e a gente também trouxe nessa apresentação o *cross sell* do *banking client*, que fechou perto de 2,5, aí na data base de setembro, e a gente imagina que vá avançar conforme os clientes consomem os novos produtos lançados. Então, seja pela visão do *cross sell*, seja pela visão do uso do aplicativo em acesso, em volume transacionado, a gente tem visto uma aderência muito boa àquilo que a gente está lançando.

GABRIEL DA NÓBREGA – Está ótimo [25:23], obrigado.

OPERADORA – Pedro Leduc, do Banco Itaú, gostaria de fazer uma pergunta.

PEDRO LEDUC – Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Ela vai na direção do consignado. A gente vê a originação caindo de forma substancial conforme vocês vinham falando naquele [26:04] que a cada aumento na taxa essa linha ficava menos rentável a ser originada. Eu queria entender um pouquinho o quanto dessa queda foi provocada por vocês mesmos ao reduzir comissão do pastinha, e se foi isso, se puder nos ajudar a quantificar essa redução, se a competição já seguiu ou ela segue incentivando esse canal [26:27]. E aí, dentre até a originação do consignado, se vocês puderem dar o detalhe do quanto vocês já estão conseguindo fazer via canal próprio e via terceiro, se está mudando, imagino, substancialmente esse trimestre também, devido à queda na originação. Mas, qualquer ajuda aqui, ajudar-nos a entender quanto dessa queda foi *self inflicted* ou se a competição já seguiu, e o que a gente pode esperar nos próximos trimestres? Obrigado.

CARLOS EDUARDO – Bom dia Leduc, obrigado pela pergunta. Como você sabe, com a subida da taxa de juros futuro e aí na manutenção do teto e aí, principalmente do INSS, a gente decidiu reduzir a comissão para o correspondente bancário. Isso obviamente teve impacto aí na nossa produção. E com a diversificação de produtos que a gente tem aqui no banco é algo que a gente acha super natural, então, momentos de rentabilidade mais apertada de produtos você tem como otimizar isso através da produção de novos produtos que é aquilo que a gente fez aqui no 3T, principalmente um crescimento muito grande aqui do FGTS. Então, sim, essa redução foi provocada com a redução da comissão do correspondente bancário, e que impactou a produção. O que a gente espera é que ainda em novembro essa questão do aumento do teto da taxa de juros do consignado seja aprovado e aí assim, paulatinamente, a gente volte à produção que a gente tinha antes, do consignado. E com relação à distribuição entre canal próprio e canal de terceiro, hoje o consignado a gente produz aproximadamente 25,0% através do canal próprio, o que no passado era 10,0% e ao longo do tempo a gente tem aumentado. Isso era parte da nossa estratégia, é parte da nossa estratégia ainda, então [28:25] no 3T próximo foi aproximadamente 25,0%. E que a gente pretende é continuar melhorando, aumentando esse mix próprio ao longo do tempo. Não significa que a gente quer reduzir em termos absolutos a produção via correspondente bancário.

PEDRO LEDUC – Legal, obrigado. Só fazer um *follow-up* ainda no consignado, apesar de uma originação bem menor, o volume de cessão subiu tri a tri, o que é curioso, dado que vocês pretendem crescer carteira com [28:58] alto que já estava sendo carregado e que foi cumprido, mas também puder nos ajudar a entender essa dinâmica de cessão vis-à-vis volume originado no consignado nos próximos trimestres. Obrigado.

CARLOS EDUARDO – Cessão sempre foi um instrumento aqui que a gente utilizou para utilizar capital [29:17] e a gente vai continuar fazendo para frente e sendo um instrumento importante aqui pra gente gerir o Banco. Neste trimestre, a gente teve, continuou [29:28] carteira de consignado, que basicamente é a carteira que o mercado compra a preços bem competitivos, então é isso que a gente cedeu nesse trimestre. Então, como a gente passou na apresentação, 45% da nossa carteira, retida no [29:50], ainda é consignado mais FGTS, que é esse número aqui é algo que a gente sempre olha na nossa gestão de portfólio, gestão de risco. Até porque esses dois produtos aqui eles não são produtos tipicamente de risco de crédito. Eles tem outros tipos de risco e no final das contas tem um pouco de risco de governo no consignado. Agora, não é o risco de crédito, aquele natural risco de crédito como, por exemplo, a gente tem na carteira de cartão, empréstimo pessoal, que são carteiras *clean*, e a gente também tem na nossa carteira de veículo, que é uma carteira com garantia. Então, dessa forma também que a gente olha para a gestão do nosso portfólio de ativos de crédito. Então, 45,0% consignado mais FGTS. Esse patamar que a gente acha que é um patamar bacana para continuar olhando para frente.

PEDRO LEDUC – Tá legal, obrigado.

OPERADORA – Nós temos mais uma pergunta via *webcast* do Henrique Navarro, do Santander. Ele pergunta: “Podem comentar sobre o CAC? E qual é a tendência?”

CARLOS EDUARDO – Obrigado pela pergunta. A tendência do CAC é, assim, do 2T pro 3T, como a gente mostrou aqui no slide, o nosso orgânico, ou seja, você não tem o custo atribuído a essa aquisição, ele aumentou substancialmente, o que significou uma redução importante do CAC, então a gente está bem animado com o CAC, a gente já está pagando hoje [31:38] com a perspectiva futura. Isso aí, obviamente é uma consequência de várias ações que a gente tem tomado [31:48] e uma delas, talvez a principal, seja o crescimento da nossa plataforma, o maior crescimento dos nossos produtos e, por último também, um maior conhecimento da marca Pan pelos nossos clientes.

OPERADORA – Gustavo, do Bradesco, gostaria de fazer uma pergunta.

GUSTAVO – Oi, bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade. Vou fazer duas perguntas também. A primeira é relacionada a esse aumento da SELIC, não só a SELIC mas a pré também. Eu queria saber se tem alguma discussão, enfim, com as autoridades, em relação a uma possível alteração no *cap* da taxa de juros para consignado. Se vocês puderem passar para a gente se existe alguma discussão a respeito disso. E a minha segunda pergunta seria sobre a transacionalidade. Acho que no trimestre a gente viu um

número, pelo menos aqui na nossa visão, número bem satisfatório na parte de transacionalidade, foi até uma surpresa pra gente, principalmente na linha de *fees*. Vocês tem um *guidance* aí de que o *fee* deve chegar mais ou menos a uns 30,0% da receita total, se eu não me engano pra 2025. Se vocês puderem me atualizar a respeito disso. Eu queria saber se o que aconteceu agora nesse trimestre também, como foi uma surpresa pra gente, se pra vocês também consideram também antecipar a expectativa de aumento da participação do *fee income* na receita total. Enfim, se puder comentar um pouco a respeito disso eu agradeço. Obrigado.

CARLOS EDUARDO – Com relação ao seu primeiro ponto, está em discussão, essa semana ainda, o aumento do teto do consignado do INSS. Então, essa discussão está bem quente e então a gente acha que ela tende a ter uma evolução ao longo desse mês de novembro. É isso que a gente está esperando. Obviamente, não temos o controle mas é isso que a gente está esperando. Com relação à transacionalidade, sim, transacionalidade tem aumentado de forma significativa e isso aí é uma consequência do aumento do nosso engajamento, um número que mostra que nossos clientes estão usando o nosso cartão, estão usando a conta corrente, então esse número é bem bacana pra gente, a gente acompanha bem de perto. E o mix entre *fee* e receita de crédito, como você pode ver ele tem aumentado a passos mais largos do que nossa receita de crédito e é isso que a gente espera que continue acontecendo pra frente. Quanto mais o nosso projeto aqui pro *banking clients* matura, mais a gente acha que vai ter de receita de serviço dentro do nosso mix das receitas totais.

GUSTAVO – Perfeito. Obrigado. Se eu puder só fazer um *follow up* aqui na questão de *fee income*, ainda, só pra atualizar a gente. Como está o negócio de adquirência, enfim, passar alguns números, enfim, em que ponto que vocês estão, como está o projeto de adquirência?

CARLOS EDUARDO – O projeto de adquirência está... na verdade, existe uma falta do equipamento no mercado. Então, ele está... o número de máquinas na rua está um pouco menor do que a gente imaginava, basicamente porque está faltando equipamento, está faltando chip e está faltando equipamento no mercado. Mas a gente continua bem animado e com perspectivas muito boas para o futuro, uma vez superada essa questão de disponibilidade de equipamento.

GUSTAVO – Está ótimo. Obrigado.

OPERADOR – Lembrando que para fazer perguntas, basta digitar *9. Se a sua pergunta for aceita, você deve digitar *6 para desmutar seu microfone.

Lembrando que para fazer perguntas, basta digitar *9 e se a sua pergunta for aceita, basta digitar *6 para desmutar seu microfone.

Não havendo mais perguntas, eu gostaria de passar a palavra ao Sr. Mauro Dutra para as considerações finais.

MAURO DUTRA – Gostaria novamente de agradecer as presenças de todos. Estamos bem animados aqui, com o que a gente está fazendo, com as perspectivas, e até o próximo trimestre. Bom dia e obrigado.

OPERADOR - A teleconferência do Banco Pan está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.