

O lucro líquido no semestre superou R\$ 1,2 bilhão, um aumento de 21,3%, mesmo com os impactos das enchentes no RS



Os resultados da Porto no segundo trimestre de 2024 apresentaram aumento de receitas nas quatro verticais de negócios (Porto Seguro, Porto Saúde, Porto Bank e Porto Serviço) em comparação com o mesmo período de 2023. A receita total cresceu 13,6% (vs. 2T23), atingindo R\$ 9,0 bilhões, enquanto a receita acumulada do primeiro semestre alcançou 17,6 bilhões, um aumento de 13,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. A expansão de receitas tem sido impulsionada pela ampliação do número de clientes, que totalizou 17,7 milhões ao final do período.

O lucro líquido do trimestre foi de R\$ 584,0 milhões (-13,6% vs. 2T23), com impacto de R\$ 87,2 milhões relacionados às enchentes no Rio Grande do Sul e de 19,4 milhões referentes ao efeito da rolagem de títulos de renda fixa. Excluindo estes efeitos, o lucro líquido do período teria sido de R\$ 690,6 milhões (+2,1% vs. 2T23). No primeiro semestre, o lucro líquido superou R\$ 1,2 bilhão, um aumento de 21,3% em comparação ao 1S23, mesmo considerando os impactos das enchentes no período. Estes resultados levaram a um ROAE de 18,5% no 2T24 e de 19,5% 1S24.

O retorno sobre as aplicações financeiras (excluindo previdência e rolagem de títulos) geridas pela tesouraria da Porto foi de R\$ 224,7 milhões no 2T24, o que representa uma rentabilidade equivalente a 69,3% do CDI, impactada pelo desempenho em renda fixa indexados à inflação e pré-fixados (MTM), renda variável e multimercados. Em relação ao mesmo período do ano passado, o resultado financeiro foi 48,3% menor, atingindo R\$ 167,0 milhões.

O índice de eficiência operacional, que leva em consideração a soma das despesas administrativas em relação à receita total, alcançou 11,7% no 2T24, registrando um aumento de 0,3 p.p. (vs. 2T23). No acumulado do primeiro semestre, o índice de eficiência foi de 11,6%, apresentando uma melhora de 0,5 p.p. (vs. 1S23), decorrente dos ganhos de produtividade observados no período.

No âmbito da digitalização das operações, a Porto registrou 65 milhões de interações e atendimentos digitais no segundo trimestre do ano e 56% dos acionamentos para serviços de carro ou residência do período foram feitos por meio do App Porto e do WhatsApp (carro e residência). Além disso, alcançou ainda a marca de 3,4 milhões de usuários no App.

Na Porto Seguro, unidade que responde pelos produtos de seguros, as receitas trimestrais expandiram 3,6% (vs. 2T23), alavancadas principalmente pelo aumento de 12,6% nos prêmios dos seguros Patrimoniais e de 5,9% nos prêmios do Vida. No Auto, os prêmios cresceram 0,7%, enquanto os itens emitidos mantiveram trajetória de crescimento através do aumento de 1,85% (vs. 2T23). Esta evolução permitiu a manutenção de um resultado equilibrado, dado que a tabela FIPE, um dos principais componentes de custo para os sinistros, decresceu 4,9% nos últimos 12 meses, levando em consideração a cesta ponderada de veículos segurados da Porto.

O Índice Combinado da unidade de negócio de Seguro foi de 90,5% (+3,5 p.p. vs. 2T23), impactado principalmente pelos efeitos das enchentes no Rio Grande do Sul, resultando numa sinistralidade de 52,5% no 2T24 (+3,2 p.p. vs. 2T23). Excluindo os impactos das enchentes, o Índice Combinado trimestral seria de 87,0%, estável em comparação ao 2T23 e a sinistralidade seria de 48,8% (-0,5 p.p. vs. 2T23). No Auto, a sinistralidade foi de 59,0% (+4,7 p.p. vs. 2T23) e teria sido de 54,6% (+0,3 p.p. vs 2T23) se excluídos os efeitos climáticos no sul do país.

Na Porto Saúde, as receitas expandiram 50,2% (2T24 vs. 2T23), atingindo R\$ 1,6 bilhão no trimestre, alavancadas pela continuidade de um crescimento significativo nos prêmios do Seguro Saúde (+53,8% vs. 2T23), com incremento de 144 mil vidas (+31,3% vs. 2T23), totalizando 606 mil beneficiários no período.

O Índice Combinado da Porto Saúde melhorou 3,5 p.p. (vs. 2T23), alcançando 96,2% no trimestre, decorrente principalmente da redução da sinistralidade em 3,2 p.p. em comparação ao 2T23, atingindo 79,4% no período. Tudo contribuiu para o aumento de 169,9% no resultado recorrente trimestral da unidade de negócio (vs. 2T23). Os ganhos com os novos produtos, o avanço na verticalização virtual, as adequações tarifárias e as ações para redução de fraudes colaboraram para a melhora da sinistralidade, mesmo diante do aumento nos sinistros relacionados com doenças respiratórias e dengue.

No Porto Bank, unidade que concentra os negócios financeiros, as receitas totais cresceram 23,5% (vs. 2T23) superando R\$ 1,4 bilhão, impulsionadas principalmente pela elevação de 39,3% nas receitas do Consórcio, em linha com a estratégia de diversificação de receitas. No Cartão de Crédito, o volume total transacionado cresceu 14,5%, atingindo R\$ 14,1 bilhões.

A inadimplência das Operações de Crédito acima de 90 dias encerrou o trimestre em 6,4%, uma redução de 1,1 p.p. v.s. 2T23 e permanecendo 1,0 p.p. abaixo da média de mercado, reflexo da efetividade das políticas atuais e foco para produtos de crédito em clientes com relacionamento.

A Porto Serviço, a nova unidade de negócio que conta com um portfólio de serviços de assistências residenciais, empresariais e automotivas, alcançou uma receita de R\$ 635,9 milhões e realizou 1,3 milhão de serviços no trimestre. As receitas obtidas além do ecossistema Porto representaram 23,5% do faturamento do trimestre, decorrente do foco na ampliação de vendas nos segmentos B2C e B2B2C, e nas parcerias estratégicas. O lucro trimestral da vertical foi de R\$ 48,3 milhões, resultando numa margem EBITDA de 19,7% e num ROAE de 22,0% no período.

A companhia segue avançando em iniciativas como a revisão do portfólio de seguros Auto para aprimorar a personalização das ofertas; o lançamento do Porto Bairro, que oferece seguro Saúde para 10 bairros da cidade de São Paulo, através de planos microregionais, hospitais e laboratórios de referência com custo acessível e atendimento de qualidade; a isenção de IOF para compras internacionais no Cartão de Crédito, como oportunidade de buscar maior relevância no volume transacionado e na principalidade nos clientes de média e alta renda; e distribuição da nova interface do App Porto com o objetivo de fortalecer a interação do cliente com todo o ecossistema da empresa, incentivando o autosserviço, cross-sell e up-sell.

Por fim, a Porto cresceu 14% em valor de marca no ranking das “Marcas Brasileiras Mais Valiosas” da Interbrand, atingindo R\$ 1,1 bilhão, e se manteve pelo segundo ano consecutivo na 16ª posição. Já a qualidade dos serviços prestados pelas unidades de negócios vem sendo reconhecida pelos clientes, com índices de NPS (Net Promoter Score) de 81 pontos no seguro Auto, de 80 pontos no seguro Residência e 71 pontos do Cartão de Crédito Porto Bank.

A Porto agradece a todos os Colaboradores, Corretores, Fornecedores, Clientes e, em especial, aos Prestadores de Serviço pelos esforços realizados no Rio Grande do Sul no apoio à população em um de seus momentos mais desafiadores. Deste modo, segue firme no propósito de ser cada vez mais um Porto Seguro para as pessoas e seus sonhos.

Principais destaques (2T24 em comparação com 2T23):

- Receita Total: R\$ 9,0 bilhões (+13,6%)
- Receita Porto Seguro: R\$ 5,2 bilhões (+3,6%)
- Receita Porto Saúde: R\$ 1,6 bilhão (+50,2%)
- Receita Porto Bank: R\$ 1,4 bilhão (+23,5%)
- Receita Porto Serviço: R\$ 635,9 milhões

Fonte: Porto/Pros, em 13.08.2024.