

Operadora: Bom dia a todos. Sejam bem-vindos à videoconferência de resultados do **2T26** da Porto.

Informamos que a apresentação está sendo gravada e traduzida simultaneamente para o inglês. Os slides apresentados estão disponíveis para *download* no nosso site de RI.

For English, please press the Interpretation button on the bottom right-side of your Zoom application, and choose Audio in English. For those listening to the conference call in English, there is an option to mute the original audio in Portuguese by clicking on Mute Original Audio.

Após o encerramento da apresentação, daremos início à sessão de perguntas e respostas. Orientamos que envie o seu nome e empresa via ícone de Q&A no botão inferior de sua tela. Por padrão da dinâmica, seus nomes serão anunciados para que façam sua pergunta ao vivo. Nesse momento, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela. Caso não queira abrir seu microfone ao vivo, favor escrever “sem microfone” ao final da pergunta, para que possamos lê-la em voz alta.

Eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Porto, projeções e metas operacionais e financeiras constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da Porto e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaria de convidar os executivos da Porto para iniciarem a apresentação.

Paulo Kakinoff:

Olá, bom dia a todos. É uma satisfação estar com vocês nesta manhã para apresentarmos os resultados do 2T26 do Grupo Porto.

Comigo estão o nosso Diretor de RI, Domingos Falavina, e os CEOs das nossas verticais, bem como o Head da Porto Asset.

No 2T, registramos crescimento em duplo dígito das receitas e mantivemos o ROAE acima de 20% pelo oitavo trimestre consecutivo. Em Seguros, o Auto impulsionou o crescimento dos prêmios e a melhora na sinistralidade da vertical. No Saúde tivemos o ritmo de adição de Vidas de 20% ao ano, também com melhora na sinistralidade. No Banco, houve impacto na qualidade do crédito e, ao mesmo tempo, adotamos uma postura ainda mais conservadora na gestão de riscos, resultando num aumento das provisões.

Em relação às Receitas, obtivemos um crescimento de 17%, impulsionado principalmente pelo Consórcio, com quase 30% de expansão. Finalmente, em Serviços, as receitas com parcerias estratégicas aceleraram e o lucro da vertical cresceu em dois dígitos.

Ao longo desse *call*, entraremos mais nos resultados e iniciativas nas nossas diversas frentes de atuação.

Passando aqui para o primeiro slide, a receita total recorrente do 2T26 foi de R\$ 11 bilhões, um crescimento de 11% em relação ao ano anterior. O lucro líquido recorrente alcançou R\$ 889 milhões, bem como o lucro líquido total contábil de R\$ 879 bilhões, já ligeiramente acima do 2T, até então, o recorde para o período.

O ROAE recorrente de 22%, preservando e contribuindo para que tivéssemos, no semestre, um ROAE acumulado de 23% no recorrente e 25% no contábil total. Nessa primeira metade do ano, a receita total recorrente foi de R\$ 22 bilhões, um crescimento de 10% em relação ao ano anterior, e um novo patamar de lucro líquido recorrente foi estabelecido com R\$ 1,8 bilhão.

Quando olhamos os resultados abertos por vertical, na Seguradora alcançamos 33% de ROAE, uma expansão de 2 p.p. com um crescimento de lucro líquido de 4,9%. Já na Porto Saúde foram adicionadas 329 mil Vidas, beneficiários, sendo 153 mil no Seguro Saúde e 176 mil no Odonto. O lucro líquido se expandiu em 36%, preservando a trajetória de crescimento dessa vertical de forma bastante sólida.

No Porto Bank, destaca-se um ganho de eficiência em 4 p.p. e a redução do lucro líquido especificamente em função de um aumento da provisão que nós fizemos já considerando sinais de inadimplência, que se aceleraram, e os períodos futuros que estão protegidos por esse novo patamar de provisionamento que a Companhia estabelece nesse trimestre.

Porto Serviço tem a sua maior expansão trimestre contra trimestre com um crescimento do ROAE em 4 p.p., alcançando 25%, e do lucro líquido, um crescimento também, uma evolução, de 11% em relação ao trimestre anterior.

Os principais indutores desse crescimento da Companhia combinados à redução de despesa administrativa estão associados aos investimentos em Tecnologia. Aqui nós estamos dando um zoom em especial na penetração dos canais digitais de atendimento e relacionamento com os nossos clientes. Eles crescem, no período de um ano, 9 p.p., atingindo 73% de penetração na base toda e no atendimento digital de corretores o crescimento é ainda mais significativo, de 17 p.p.

Esse indicador, bem como uma performance de *contact rate*, que é o número de vezes em que os clientes têm que entrar em contato conosco por não se sentirem adequadamente servidos através dos canais digitais, compõe a remuneração variável e a performance de toda a liderança da Companhia. Nesse *call*, estamos trazendo um pouco mais de informação a respeito desses indutores, desses vetores, que conseguem prover para a Companhia esse crescimento, essa expansão de base com uma preservação de ROAEs elevados – que vemos no próximo slide, por favor –, bem como a expansão da nossa receita.

Olhando por vertical, vemos aqui uma expansão de 8,5% na Seguradora, 14,4% na Saúde, 16,6% no Banco e 5,6% na Porto Serviço. Todas elas combinam, então, com um ganho de escala, que por si só tem um efeito dilutivo das despesas administrativas, bem como com a penetração através dos canais digitais e já uma aplicação material de inteligência artificial em diversas frentes, temos conseguido proteger e preservar essa trajetória de expansão com crescimento do ROAE, simultaneamente à redução das despesas.

Eu passo agora a palavra para o Domingos Falavina, que vai falar com um pouco mais de detalhe desses resultados, começando pelo mix de cada uma das verticais.

Valeu, Domingos. Obrigado

Domingos Falavina:

Obrigado, Kaki. Bom, bom dia a todos. Rapidamente, só para repassar um pouco do retorno sobre capital aqui, nós tivemos 33% de ROAE na Seguradora, 24% na Porto Saúde, 16% no Banco, predominantemente (ou quase exclusivamente, eu diria) por conta do tema de provisão – que vamos trabalhar mais durante o *call* –, e 25% no Serviço. Nosso ROAE ficou no consolidado acima de 20%, em 22%, e, excluindo o excesso de capital, em 26%.

Quando olhamos a composição, nós tivemos um lucro líquido crescendo em 1%, para 889, notamos que a dinâmica de *market share* do Automóvel dentro da Seguradora continua diversificando mesmo com o crescimento mais robusto – que mostraremos no outro slide –, passando de 58% para 56%. O mix das outras verticais permanece relativamente estável, com crescimento em Saúde, e o único a apresentar uma queda, de novo, como consequência da qualidade da carteira, do índice de provisão, foi o Banco.

Quando olhamos para nossas reservas técnicas, nós tivemos um resultado da nossa Tesouraria de R\$ 475 milhões de maneira ajustada, o que implicou num retorno sobre o CDI de 90% no período. Vocês notarão que não mudamos drasticamente a alocação da nossa carteira, à exceção de um crescimento de 18% para 27% em nossa carteira pós-fixada, mais linkada ao CDI.

Quando entramos na vertical da Porto Seguro, talvez um dos grandes positivos destaques aqui, pelo menos para nós, foi uma aceleração relevante do Automóvel, que nesse trimestre cresce aproximadamente 8% ano contra ano, e vimos notando, de acordo, inclusive, com dados públicos com a SUSEP, em que nosso crescimento de Automóvel vem marginalmente crescendo mês a mês. Então, fechando o trimestre em 8% de crescimento, com índices de qualidade todos acima de 80 pontos.

No Patrimonial crescemos 12%, e no Seguro Vida crescemos 6%, (e mostraremos) com índices de lucratividade ainda bem robustos. No Automóvel tivemos uma queda de 2%, apesar, ou em adição ao crescimento forte, conseguimos manter o índice de sinistralidade bem controlado. Aqui também, no Patrimonial, abaixo de 30%, consideramos índices de sinistralidade super saudáveis, e a mesma coisa no Vida, em 33%.

Entrando um pouco mais na operação, nós já demos um pouco de destaque na participação do Automóvel, mas vale destacar o Patrimonial e o Vida como geradores de resultados muito interessantes para a Companhia, que continuam crescendo. O lucro líquido fechou em R\$ 456 milhões, e o ROAE em torno de 33% no período.

Quando vamos para a operação de Saúde, nós tivemos uma adição forte de vidas, de 153 mil vidas ano contra ano, somando 20%, e uma receita crescendo aproximadamente 14%. Isso vem, na mesma dinâmica dos trimestres passados, de uma venda de tickets com um preço médio mais baixo, mas lucratividade similar ou até melhor da nossa base atual. O lucro líquido cresceu, por sua vez, 36% ano contra ano, em R\$ 144 milhões, puxado por crescimentos tanto na operação de Seguros como na operação de Odonto, todos em duplo dígitos.

Quando olhamos para a sinistralidade do Saúde, voltamos a ter uma melhora de 0,4% tanto no Saúde quanto também somado ao Odonto, também em patamares de ROAE, que veremos aqui, bem fortes.

O ROAE no trimestre, vale lembrar que existe uma sazonalidade relevante aqui na indústria, então esse ROAE de 24% seria mais comparável com o ROAE de 22% do 2T25, então uma expansão de 150, quase 160 *basis points*.

Quando vamos para o Banco, notamos um crescimento forte em Negócios de 33% - e eu acredito que aqui durante o *call* vamos dar bastante foco no tema de inadimplência, mas vale ressaltar que a nossa inadimplência está predominantemente no cartão de crédito, e o Banco é composto por muitos outros produtos; o consórcio vem puxando muito crescimento, inclusive a carteira de empréstimo em outros setores, também vem demonstrando resultados robustos -, então notamos 33% de crescimento de Negócios.

Foi feito um trabalho substancial pelo Loução e pelo time do Banco para uma redução de despesas como percentual da receita, que chamamos de Índice de Eficiência, e estamos muito felizes com essa melhora, porque ela tende a ser uma melhora mais recorrente, uma melhora estruturante na operação.

Indo no tema de Atrasos, tivemos notoriamente um crescimento de 120 bps na nossa inadimplência de 90 dias. Nós sempre fazemos o paralelo com uma carteira de mix similar no Banco Central, fechamos bastante desse *gap*, mas ainda permanecendo um pouco abaixo da média do Banco Central. Quando olhamos para o nosso 15 a 90, contudo, ele já mostra uma melhora de 20 bps, bastante em linha também com umas safras novas de modelos já adaptados, que o Loução vai entrar no Q&A, que já estão mais seletivas nesse crédito mais inadimplente.

E quando olhamos para o Estágio 3, ele vem oscilando, a grosso modo, ao redor de 14% a 15%. O que isso indica um pouco para nós é que o Estágio 3 é um estágio já classificado pelo Banco como um estágio de potencial risco maior. Isso, desde o 4T do ano passado, nós vimos indicando uma preocupação, uma cautela maior com os clientes, vimos reduzindo um pouco dessa exposição e a consequência é a inadimplência vindo e as provisões sendo demandadas. Por fim, no ROAE no Banco, nós tivemos um ROAE de 16,3%, R\$ 138 milhões nesse trimestre.

Indo para a operação de Serviços, aqui continuamos ao redor de 650 a 700 mil atendimentos, tanto a casa quanto a automóveis, e pontos de NPS acima ou a par a 80 bps. Estamos felizes aqui também de voltar a ter um crescimento de receita. Nós vínhamos com o *top-line* um pouco mais pressionado, principalmente por conta de uma decisão da Empresa de limpar alguns contratos que eram deficitários. Nesse trimestre voltamos a crescer ao redor de 6%, bastante puxado pelos produtos digitais e pelas parcerias B2B. O ROAE cresce sequencialmente no Serviço, com um lucro líquido de R\$ 57 milhões e um ROAE de 25%.

No *guidance*, nós mexemos o nosso *guidance*, vocês devem ter visto, basicamente em quatro itens: O primeiro, uma sinistralidade muito encaixada na operação da Seguradora nos viabilizou reduzirmos em 0,5 p.p. o *middle* (o meio) do *guidance*. Do lado do Porto Bank, a força de outros produtos, que eu comentei aqui antes, como consórcio, como outros empréstimos, fiança locatícia, capitalização, entre outros, viabilizou um aumento de R\$ 200 milhões na receita. A nossa cautela com a perda de crédito, nós majoramos em R\$ 400 milhões a provisão e o trabalho de eficiência trazendo para baixo aqui 300 bps, 3 p.p.

Dos relatórios que vimos lendo já do mercado e nas nossas estimativas, essa composição de mudança, excluindo o imposto, deveria ser neutra ou levemente positiva para lucro. O imposto, por fim, foi reduzido, foi revisado em 1% para baixo, principalmente em consequência de três itens: Uma TJLP mais alta, que viabiliza um juro sobre capital próprio; o segundo, a Lei do Bem; e o terceiro é a incorporação da CDF pela Porto Serviço, e a incorporação que nós publicamos no 1T. Os outros índices todos seguem mantidos e, com isso, eu gostaria de abrir para perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Daniel Vaz, Safra: Bom dia, pessoal. Bom dia, Kaki, Dom, a todos. Parabéns pelos resultados novamente. Eu queria focar aqui, como o Dom bem antecipou, acho que na parte de perdas, na parte de inadimplência no Porto Bank, se você puder – talvez o Dom, não sei se o Loução pode qualificar até um pouco mais no detalhe – entender um pouquinho mais de onde está vindo, assim, de que público que essa inadimplência está vindo, se tem alguma coisa um pouco pior do que o esperado para vocês?

Mesmo vocês já vindo guiando nas últimas interações do último tri, já tínhamos a percepção de que isso, de fato, estava piorando, mas se você puder qualificar, se é um público mais de alta renda, boa parte dessa base de piora é uma parte que já tínhamos pensado em diminuir anteriormente, é um público legado de mar aberto quando vocês fecharam a operação lá atrás?

Estou perguntando isso porque, pensamos no Porto Bank, quando olhamos para o cliente Porto, imaginamos um cliente mais de alta renda que tem um *cross-sell* bem interessante com o produto de veículos, e aí, essa piora maior de cartões, seria legal ouvirmos um pouquinho de vocês e tentar qualificar onde está essa piora no público, se é mais *overall*, se é mais concentrado, se é mais uma região, clientes sem produtos. Isso seria bom para nós ouvirmos um pouquinho. Obrigado.

Marcos Loução: Oi, Daniel. Bom dia. Obrigado pela pergunta. Acho que a tua pergunta já engloba bastante aqui de todas as análises que nós fizemos recentemente. Mas é importante nós quebrarmos em dois grandes blocos: O primeiro bloco, como você bem recordou, e nós tratamos dele no 1T com bastante profundidade, era um perfil de um cliente que nós percebíamos refinanciando mais as suas faturas e as suas dívidas, e ali naquele momento entendemos que seria importante e seria profilático nós fazermos uma estrutura de crédito onde, por mais que tivesse ali um preço no curto prazo, seria importante fazer, não permitindo que essa carteira se alongasse. E isso nós fizemos e temos mantido essa carteira sob controle do jeito que nós esperávamos.

O que percebemos agora, mais potencialmente no 2T, e foi importante nós reconhecemos e já darmos transparência ao mercado sobre isso? Nós identificamos um perfil da nossa carteira que, apesar de ele – e já respondendo parte aqui do que você me perguntou – ser oriundo dentro das nossas políticas de crédito de ambiente que chamamos aqui mais próximo ao seguro, ele era um cliente que, em outros ciclos, mais resiliente a cenários como o que estamos vivendo, mas demonstrou menor resiliência nesse ciclo.

Quem são esses clientes e como podemos identificar para ficar mais fácil para vocês entenderem? É um cliente que tem até algum tempo aqui conosco, três, quatro anos, mas ele vem de uma característica onde ele faz o primeiro seguro, um cliente que tem uma entrada em S mais baixas e de algumas regiões que nós identificamos. Esse perfil que se deteriorou um pouco além do que imaginávamos.

Obviamente, nós não estamos inertes ou fora do que temos percebido de um macroeconômico mais puxado, mais pressionado. E uma característica, quando nós identificamos um pouco mais o que tem acontecido com esse cliente quando olhamos a comparação com o macro, é um perfil mais empreendedor. É um cliente onde ele está presente em pequenas e médias empresas. O que correlaciona bastante com o que percebemos no cenário macro.

Então, quando observamos, adicionalmente ao que nós já esperávamos e comunicamos no 1T, que nós veríamos uma piora desse cliente que tem um perfil de refinanciar a mais. Beleza, identificamos e está acontecendo como imaginávamos. Adicionado a esse perfil, que eu acabei de descrever aqui, foi o ajuste necessário que podemos fazer para passar aqui o ano de 2026.

Daniel Vaz: Está ótimo. E se eu puder complementar com uma segunda pergunta, Loução. Todos os ajustes já foram feitos? Vocês têm alguma visibilidade se essa curva de piora tende a se acomodar em algum momento em 2026, ou ainda é muito cedo para falar?

Marcos Loução: Olha, eu fiz um *backtest* bastante profundo sobre esses perfis nas últimas safras para podermos até entender como estavam os nossos modelos de crédito e o que estávamos identificando. O que ficou muito claro é que a própria aderência das variáveis macros nesse perfil na entrada nós já estamos bloqueando bastante.

Para você ter uma ideia, no mês de junho, para dar um número exato e último do trimestre, 93% de quem entraram na conta nova do cartão de crédito era bem distante desse perfil. Então, acreditamos que as nossas políticas de crédito, por mais que precisem, sempre estão reproduzindo aquilo que enxergamos no mercado.

Os últimos ajustes que nós fizemos, eles já estão bastante precisos. O que muda um pouco e nós já temos feito bastante, talvez vocês vão perceber até que vamos ter uma variação na nossa base de cartões, é que uma vez identificado e a tempestividade daqueles que já estão no portfólio, que já entraram em outros momentos e têm até uma idade de portfólio, nós vamos ser cada vez mais rigorosos em gestão de limites, gestão de portfólio desses públicos que estamos identificando.

Daniel Vaz: Tá ótimo, muito obrigado.

Arnon Shirazi, Citi: Fala pessoal, bom dia. Bacana estar aqui novamente. Minha pergunta é para a Patrícia, mais relacionada à parte de Seguro Auto. Vimos uma boa aceleração nesse trimestre e também um ganho de *shares*, se eu não me engano, nos primeiros cinco meses do ano, coisa de *market share* por volta de 27%. Então, o tema que vimos discutindo bastante – aqui principalmente – é sobre competição.

Então, como vocês têm visto o cenário competitivo? Tinham alguns *players* que estavam mais agressivos, você acha que isso acabou baixando um pouco recentemente? Obrigado.

Patrícia Jimenez: Bom dia, Arnon, obrigada pela pergunta. No cenário de Automóvel, eu queria destacar aqui, nós vemos um cenário competitivo, como o Automóvel sempre foi, ainda intenso, mas a aceleração se atribui a alguns fatores. Mantemos um altíssimo compromisso com a rentabilidade, isso é firme ao longo do tempo, mas tem quatro principais movimentos internos à Porto que ajudam a acelerar nosso crescimento: O primeiro, trabalhamos fortemente, no seu último tempo, com a revisão do nosso portfólio. Nós garantimos que,

desde a entrada até o mais premium, temos com nossas marcas Azul, Itaú e Porto, um produto para cada necessidade do cliente;

Um segundo motivo que nós atribuímos a essa aceleração de crescimento é a sofisticação analítica. Como você bem comentou, contamos com 27% de participação de mercado a nível Brasil, regiões como São Paulo, por exemplo, 39% de participação e, com uma frota de 6,3 milhões de veículos, isso dá à Porto uma massa crítica super relevante na hora de sofisticar em termos de *analytics*, precificação, subscrição. São muitos dados que, combinados com a aceleração do nosso investimento, esses *capabilities* têm nos apoiado a encontrar mais oportunidades nesse segmento;

Terceiro ponto, tecnologia. Nós fizemos um investimento importante ao longo dos últimos tempos para unificar a tecnologia da Porto e da Azul. Isso quer dizer, em termos práticos, que, no passado, um corretor que cotava em duas plataformas distintas, os sistemas de sinistro que eram apartados, hoje funcionam em uma plataforma só. Isso dá mais agilidade ao nosso corretor para cotar e oferecer a Porto de forma mais fácil;

E o quarto ponto, mas não menos importante, é o relacionamento com os corretores. Nós contamos com uma rede de 40 mil corretores que cotam a Porto, que defendem a Companhia, e nós investimos nesse canal de forma relevante. Essa parceria com os corretores é também importantíssima nessa aceleração. Então, atribuímos esse crescimento do Automóvel, que foi de uma carteira que no 4T25 andou de lado, 1T26 cresceu 3% e agora cresce 8%, atribuímos a um investimento interno da Companhia para defendermos a nossa posição de mercado mantendo aí os altos índices de rentabilidade, que é um compromisso que nós mantemos.

Arnon Shirazi: Bacana, super claro. Obrigado, Patrícia.

Caio Prado, UBS: Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Tenho duas aqui do meu lado, por favor.

A primeira, ainda em relação ao Auto, aproveitando a Patrícia, se puder comentar um pouquinho em relação à sinistralidade no trimestre. Acho que veio a um patamar bem saudável, acho que abaixo do que o mercado esperava, foram dados bons ao longo do trimestre.

Queria entender a que vocês atribuem essa performance do trimestre específico e o que dá para esperar para frente, que parece um pouco mais baixo do que o usual? Tem alguma mudança mais estrutural que podemos imaginar para os próximos trimestres e anos?

A segunda pergunta é em relação à Saúde. Nós já estamos vendo um ritmo de crescimento um pouco menor ao longo dos últimos trimestres, obviamente com uma base já muito mais alta, mas eu queria entender como vocês estão vendo o ambiente competitivo na Saúde e o que isso pode querer dizer, não só para esse ano, que acho que nós já temos o *guidance*, que ficou inalterado, mas de repente para o ano que vem em relação ao crescimento? Obrigado.

Patrícia Jimenez: Caio, começando aqui pela Seguradora, foi um trimestre, de fato, com uma sinistralidade bastante controlada, o que leva, no semestre, a um sinistro de 50%. O principal fator dessa sinistralidade é que as carteiras funcionando bem, você comentou Automóvel, mas Patrimonial e Vida também contribuem a uma boa sinistralidade da Seguradora, e em Automóvel mais especificamente, atribuímos a sinistralidade controlada a uma política de

subscrição, precificação e gestão do sinistro que mantém muita disciplina. Então, nós navegamos aí em 25 um ciclo e um ambiente competitivo bastante intenso no Automóvel, nós mantivemos nossa política de precificação e estamos colhendo agora essas safras, que vêm realmente com sinistralidade controlada.

Em termos das frequências como um todo, aqui desde perda parcial, roubo, alagamentos, tudo muito dentro do esperado, e nós já reconhecemos essa melhoria na sinistralidade nesse 1S no nosso *guidance*. O movimento do Automóvel, como um sinistro muito bem comportado, nos faz revisar o *guidance* da Seguradora como um todo para 50 a 54, que é uma melhora de 0,5 p.p. na sinistralidade. Então, no *guidance* nós já refletimos essa melhora na sinistralidade e o que esperamos para o ano.

Sami Foguel: Caio, bom dia, obrigado pela pergunta. Aqui tem dois temas: Primeiro, você está correto, esse delta de crescimento é um pouco menor, mas, para qualificá-lo, acho que tem um impacto importante em mudança de mix de produtos. Então, se olharmos um ano atrás, aproximadamente 70% da carteira eram os produtos que chamamos de tradicionais, 30% eram as novas linhas. Hoje em dia está 50 a 50 aproximadamente.

Então, se olharmos esse crescimento de 14,8% e *proformar* a base antiga, ou seja, se nós estivéssemos com o mesmo mix de carteira, nós estaríamos crescendo 23%, aproximadamente. Então, temos esse impacto de mix de carteira e que, com certeza, em bases comparáveis, vai, entre aspas, pressionar nosso crescimento no próximo ano, com certeza. Então, dado um crescimento de Vidas no mesmo período bem superior ao crescimento de carteira. Então, você pode ver que tem essa questão de mix.

A pergunta é, faz sentido? Aparentemente, faz, dado a performance de sinistro que vimos encontrando com essas novas linhas de produtos. Mas, sem dúvida, no *comp base* aqui, ano contra ano, vamos passar alguns trimestres ainda com essa pressão e depois de uma estabilização isso volta a crescer mais em linha com o crescimento da carteira.

Em relação à competição de mercado, vemos, de fato, diversos *players* bastante competitivos. Eu não vejo um arrefecimento aqui de competição. Alguns extremamente agressivos, outros agressivos. Nós seguimos sendo técnicos e com a nossa estratégia de novos produtos, novas linhas. Nós entramos agora, nesse ano, em novas cidades no interior de São Paulo, lançamos seis produtos regionais aqui. Então, nós seguimos numa estratégia de abrir praças agora, principalmente no interior de São Paulo, e lançar novos produtos aqui tanto no Saúde quanto no Odonto.

E eu acho que, sim, olhando para o ano que vem, a indústria toda, e a Porto não é imune, vão ter sinistralidades um pouco maiores. Sobre isso, vale ressaltar o seguinte: estamos no 12º trimestre consecutivo de queda de sinistro. Então, são 12 trimestres seguidos, três anos sequencialmente caindo sinistro. E, como nós já falamos anteriormente, talvez até um patamar, com certeza, num patamar menor do que esperávamos aqui.

Então, olhando para frente, dado um reajuste técnico de preços para nos trazer para o sinistro-alvo dos produtos lançados, que performaram melhor do que imaginávamos, vamos ver uma subida sequencial, gradual e potencialmente controlada dos sinistros nos próximos ciclos, sim.

Caio Prado: Obrigado.

Antonio Ruelle, Bank of America: Bom dia, pessoal. Muito obrigado pelo tempo de vocês. São duas perguntas aqui do meu lado. A primeira é em *asset quality* ainda, voltando ali na pergunta do Vaz, para entender um pouquinho a trajetória aqui, se pegarmos o quanto vocês despesaram em provisão no 2T e assumirmos mais ou menos o mesmo nível até o final do ano, se eu estou correto aqui, indica o meio do *guidance*, então indica que, até como o Kakinoff usou esse termo, um novo patamar de provisionamento.

Então, querendo entender um pouquinho qual que é a melhor estimativa de vocês agora. É de fato isso, é um novo patamar, vocês vão precisar segurar a provisão mais elevada nesse nível até o final do ano? Tem um caráter mais de ajuste e o *guidance* foi relativamente conservador, ou seja, vocês esperam que ele caia, a provisão caia no 2S, ou de fato a coisa está muito incerta ainda e existe uma probabilidade boa de aumento nos próximos trimestres?

Então, queria entender um pouquinho mais qual que é a cabeça de vocês hoje. Eu entendo que muita coisa pode mudar, mas a cabeça de vocês hoje para o provisionamento.

E a minha segunda pergunta vai ali na vertical de Seguros. Vimos um aumento bem expressivo de despesa com *selling* ali. Então, o *ratio* aumentou bem, então queria entender se teve alguma campanha excepcional, deveria ser também um novo patamar? E, em primeiro lugar, se foi uma campanha, por que que precisou? Está num momento mais de demandar esse tipo de despesa agora? Muito obrigado.

Domingos Falavina: Obrigado. Bom dia, Antonio. Eu vou pegar a primeira aqui e depois vou passar para a Pati a segunda. O *guidance* não foi construído com essa gordura, por assim se dizer, que você faz referência. Eu acho que o cenário do *mid do guidance*, quando colocamos um *guidance* no cenário do meio é a nossa melhor estimativa hoje.

Eu só não sei se eualaria que é um novo patamar, porque como o mercado até mesmo se refere e vocês também, são ciclos de crédito. Nós vimos aumentando muito o *cost of risk* relacionado a esse custo de crédito relacionado à carteira, é predominantemente no cartão. Hoje quando olhamos nossa estimativa para 2026 fechado, ela é um resultado, tanto em patrimônio (que nós não quebramos ROI por produto, mas enfim), é um ROI no produto do cartão não condizente com o passado e nem com o nosso apetite de risco. Então, ele é o patamar desse ano.

É difícil um pouco para nós também, porque conseguimos mapear o que está acontecendo hoje. O mercado vem piorando na margem, então é difícil falarmos: “pô, pode se arrastar no ano que vem, ou não pode piorar”. É muito difícil, porque nós não fechamos o *guidance* do ano que vem, nós não temos os *inputs* necessários. Mas hoje, com o que olhamos na carteira, o meio do *guidance* seria a nossa melhor estimativa. E se é um patamar que achamos que é um novo patamar? A resposta é não. Nós queremos trabalhar com um patamar abaixo disso.

A Pati pode...

Patrícia Jimenez: Perfeito. Então, Antonio, falando sobre o crescimento do Automóvel, como eu comentei, teve quatro fundamentos que levaram à aceleração: portfólio, inteligência analítica, tecnologia e essa parceria com o corretor. Respondendo à tua pergunta, com a parceria com o corretor, teve vários programas que nós tradicionalmente operamos na Porto, que funcionam bem, o nosso nível de comissões é maior que o mercado, tradicionalmente, isso já é uma coisa histórica. Nós testamos alguns programas novos nesse trimestre e alguns funcionaram, outros nós aposentamos.

Então, a tendência, quando falamos de despesa de comercialização, ainda se mantém num patamar elevado, que reconhece o corretor, que é maior que o nosso mercado, tende a cair por essa revisão de alguns dos programas que nós testamos no trimestre.

Domingos Falavina: Deixa eu voltar aqui rapidamente, porque tem dois patamares aqui que eu queria comentar só rápido. Eu estou fazendo referência ao custo de risco do cartão de crédito, no patamar. Então, provisão dividido por carteira média. Quando você fala em nominal, como a carteira inteira cresce, os patamares de provisão, nominalmente falando, eles podem ser estáveis ou continuar crescendo. Eu estava me referindo apenas – que eu entendi que era a sua pergunta – ao produto que estamos com pressão.

Antonio Ruetter: Não, estava claro, Dom. Muito obrigado aí, pessoal.

Tiago Binsfeld, Goldman Sachs: Oi, bom dia, pessoal. Obrigado por pegarem minha pergunta. Eu queria continuar no tema do Banco, mas olhar mais para o lado de receitas. Considerando que vocês revisaram o *guidance* para cima, só entender um pouco mais a composição, quanto deve vir de Serviços e Consórcio, quanto que vem de Crédito.

Eu sei que vocês não têm *guidance* de carteira, mas vemos que não teve uma desaceleração de carteira. Pelo contrário, ela até cresce no trimestre a trimestre. Só entender o que vocês veem de apetite para crescimento de carteira, até nesse contexto mais desafiador de crédito que vocês vêm comentando até aqui. Obrigado.

Marcos Loução: Obrigado pela pergunta. Quando falamos do crescimento de receitas, boa parte vem da parte de que chamamos aqui de *fee base*, que você chamou de Serviços, que vem das nossas carteiras de consórcio e também de capitalização do Garantia Locatícia. Existe, sim, uma movimentação natural de carteira no cartão de crédito, o nosso *transactor* é muito bom, a nossa carteira *transactor* ela cresce também, mas é natural que um maior provisionamento de perdas tem uma parte ali da carteira de rotativo que transaciona na carteira do rotativo, mas a maioria do aumento de receitas está vindo de negócios que nós estamos alavancando de *fee base*. Se compararmos com o trimestre anterior, os negócios cresceram acima de 40%, tanto risco financeiros quanto consórcio.

Quando você pergunta sobre desaceleração, é natural. Se você observar os nossos números de cartões unitários, por exemplo, você vai perceber quase 100 mil cartões a menos do que no trimestre anterior, demonstrando que estamos mais seletivos no produto, em especial no cartão de crédito. Hoje, a nossa carteira de crédito é 80% a cartão. Nós estamos num trabalho bem importante aqui no Banco de diversificar isso, temos outros produtos colocados agora, até como consignado.

Ao longo do tempo, a nossa intenção é ir diversificando essa carteira. Ela fica até mais comparável com outros *players* que têm a quantidade de produtos que temos. O foco em crédito hoje aqui dentro do Porto Bank junto com todos os nossos parceiros, são em créditos com garantia, em especial o *car equity*, que vem crescendo bastante ao longo dos trimestres.

Domingos Falavina: Se eu puder complementar aqui, Tiago, só para você ter uma ideia, de uma carteira total nossa de uns 23,5 bilhões, temos uma carteira de 6,5 bilhões (estou arredondando, tá?) que rende juros. Se nós quebrarmos essa carteira em dois, a nossa carteira de cartão está, grosso modo, crescendo entre 0 e 1. E os outros que o Loução comentou, empréstimo e financiamento, *car equity*, etc., são basicamente 100% do crescimento. É que se você der um *double click*, aí você veria melhor.

Paulo Kakinoff: Aqui, um complemento adicional, Tiago, essa diversificação que o Loução mencionou, de certa forma, é um terceiro *driver* que se soma àquele de digitalização, redução dos contatos telefônicos, de avenida mesmo de crescimento. Nós temos experimentado essa estratégia com muito sucesso na Seguradora, e quando olhamos as instituições financeiras que têm um portfólio de produtos similar ao que o Banco tem, há um potencial importante de diversificação e, de alguma forma, com uma avenida relativamente protegida de crescimento, que é a base crescente de clientes, atualmente em 19 milhões de pessoas dentro do ecossistema da Porto.

Portanto, o que nós devemos ter nos próximos anos é realmente um crescimento no mix de outros produtos de crédito que não o cartão de crédito, ainda que esse, ainda deverá crescer, obviamente, dentro desses mix saudáveis de clientes que nós mencionamos agora há pouco.

Tiago Binsfeld: Perfeito, está claro. Obrigado.

Guilherme Grespan, JP Morgan: Oi, bom dia, Kaki. Domingos, todo time. Minha pergunta continua sendo no Banco, pessoal. Eu fiquei na dúvida aqui, na verdade, me intrigou tanto quanto a PDD o NII. Nós vimos uma queda aqui de NII no Banco e eu acho que a primeira coisa que veio à cabeça quando vimos essa queda de NII seria o *stop accrual* do cartão de crédito, mas, olhando as notas explicativas, eu vi uma marcação negativa de 53 milhões em financiamento, que eu acho que é sua operação de veículos.

Então, eu não sei se, por ser IFRS, talvez seja alguma questão de NPV aqui, mas a nota explicativa mostra uma receita de crédito antes de despesa de juros e antes de provisão, já negativa em 53 milhões. Eu queria entender o que foi essa marcação e, se tiver a ver com IFRS, o que é o *outlook* aqui para a NII olhando para a frente, se deveria continuar havendo quedas ou deveria haver uma reaceleração? Obrigado.

Domingos Falavina: Bom dia, Gres. Obrigado pela pergunta. Confirmamos para você, porque o valor no absoluto não é tão grande, mas tem um tema de descontos que podemos ter outorgado para algum empréstimo, para algum evento que pode ter pegado. Lembrando que os descontos eles correm como dedutor de receita. Esse é o primeiro que me vem na cabeça. Nós certamente pesquisamos e te falamos.

Guilherme Grespan: Tá bom, perfeito. E o outlook de NII para a frente, vocês conseguem dar alguma visibilidade? Deveria ser queda ou nós deveríamos ver uma reaceleração desse nível?

Domingos Falavina: Direcionalmente, nós revisamos para cima a nossa receita total. Eu não anteciparia uma queda, por assim se dizer, para usar os seus termos. Agora, uma contribuição relevante da nossa NII vem de cartão de crédito e o dado que eu acabei de passar aqui, o nosso *interest earnings* do cartão de crédito cresceu zero, cresceu 0.9, para ser preciso e, na margem, nós não estamos com muito mais apetite.

Então, eu não assumiria uma aceleração na receita de juros, principalmente puxado pelo cartão. É que os outros estão crescendo ali os seus 10, 15. Precisa ver isso tudo.

Paulo Kakinoff: Oi, Gres, esse é um tema bem importante de sublinharmos. No *guidance* que nós estamos apresentando para o mercado, ele não considera uma variação significativa do NII. Nós temos uma visão ainda bastante conservadora nesse momento e bem em linha

com o que vimos compartilhando com vocês sobre filosofia de *guidance*, desde que ele foi implementado aqui na Companhia. É uma visão sempre bastante consistente com um leve viés conservador. E isso se aplica também no NII.

Guilherme Grespan: Perfeito, obrigado.

Eduardo Rosman, BTG Pactual: Bom dia a todos. Queria voltar aqui no tema da Porto Bank. Se vocês pudessem dar um update sobre o produto de *banking*. Eu entendo que vocês tinham uma parceria com o Itaú, vocês usariam uma espécie de *white label* deles, e agora vocês vão ter que fazer por conta própria. Tinha também uma expectativa de aumento de receita com recebíveis com os prestadores. Tem o *business* de adquirência. Enfim, se vocês pudessem dar um *update* sobre novas fontes de receita e como é que vocês vislumbram o *business* de *banking* para frente. Porque eu acho que está dentro da expectativa de vocês, é um dos lugares que deveria ter mais crescimento de lucro. Obrigado.

Marcos Loução: Perfeito, obrigado sim. Dentro do nosso projeto de internalização do *core* bancário, ele continua em andamento, nós estamos fazendo ele esse ano. Mas nós não desaceleramos, em hipótese alguma, a oferta da conta para os nossos clientes aqui do ecossistema. Nós atingimos por volta, recentemente, de 2 milhões de contas que nós estamos incluindo no ecossistema, o que já permite nós começar a ter *banking* como caixinha, investimentos, pix, o que vai trazendo oportunidades também de nós aumentarmos o relacionamento com o cliente, em especial gerando novas receitas.

O projeto de internalização do *core* bancário segue conforme tínhamos comentado com vocês e temos uma expectativa obviamente aqui que aconteça nos próximos trimestres.

Com relação à parte de captura de valor mesmo do nosso ecossistema, já nesse 1S foram praticamente R\$ 400 milhões que nós oferecemos em opções de crédito para os nossos parceiros comerciais, desde corretores, parceiros da vertical de Saúde e outros negócios que temos também. Então, nós já começamos essa jornada de captura e levar opções de produtos do Banco para os nossos clientes do primeiro nível aqui em PJ.

É importante lembrar que eu estou falando de crédito performado; aquilo que nós conhecemos e a relação que temos com os nossos clientes PJ e os nossos fornecedores.

Paulo Kakinoff: Complementando, Rosman, a mudança do provedor de *Banking as a Service* ela praticamente teve como impacto líquido a extensão do cronograma de implementação exatamente da conta PJ. O que nós fizemos então? O time do Bank, como o Loução bem explicou, trabalhou para utilizar hoje já os canais transacionais que temos com os principais parceiros para antecipar os produtos de crédito, mas nós preservamos aquele planejamento anteriormente compartilhado com vocês de ter uma oferta *full service* Pessoa Jurídica, que, de uma forma bem pragmática, nós deveríamos estar falando com vocês novamente ao longo do 1S do próximo ano, aí sim, já com os produtos implementados sobre a nova base de serviço de *Banking as a Service*.

Eduardo Rosman: Ótimo, obrigado.

Henrique Navarro, Santander: Bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Alguns dados mais recentes do IPCA vieram positivos para o Brasil na parte de serviços. Quando damos uma olhada nisso, tem lá um menor aumento no seguro de Auto. Então, estou falando de Brasil como um todo, e esses dados são mais recentes. Então, a minha pergunta para vocês é: de certa maneira, isso denota talvez uma guerra de preços ou

uma pressão de preços do lado dos seguros, a minha pergunta para vocês que têm mais visibilidade nisso, esses dados do IPCA é um efeito retardado de um cenário competitivo mais pesado que vimos acontecer no 1T e que só agora está aparecendo nos dados do IPCA, ou vocês acham que esse cenário é um pouco mais difícil de competição? Nós vimos alguns *players* internacionais no início, no 1T, mais agressivos. Se isso continuou e talvez esteja entrando até agora. Obrigado.

Paulo Kakinoff: Henrique, bom dia. Há, sim, ainda um patamar de agressividade importante de preços nesse mercado. Porém, felizmente já está num nível muito mais arrefecido do que vimos no 2S do ano passado. Nós temos, nessas medições de IPCA, um certo atraso em relação à fotografia que estamos vivendo agora. Porém, o aspecto mais relevante desse indicador no que diz respeito à Porto é que, a exemplo do que foi muitas vezes mencionado aqui nos *calls* dos últimos trimestres, fomos bastante resilientes no período mais agudo dessa disputa, não entrando de forma nenhuma. E agora diria que esse risco está ainda mais distante porque, como eu disse, o mercado se mostra um pouco mais disciplinado ou menos agressivo em preço.

Ainda assim, como esses indicadores representam uma média, tem *players* que estão mais extremados, mas a receita, ou a fórmula que a Porto tem usado para neutralizar, parece ser bastante efetiva. Nós estamos celebrando um trimestre muito robusto na Seguradora, especialmente na carteira do Auto, ainda que todas as outras tenham expandido e tenham crescido, isso advém dos ativos que a Companhia já tinha mencionados aqui: o relacionamento com o corretor, a base de clientes, o percentual de renovação que temos da nossa carteira, que é estruturalmente superior ao do mercado e de forma material, acrescido do que temos aplicado de novas tecnologias justamente de precificação.

A Porto tem, aqui na Companhia, nesse último trimestre ganhado um entusiasmo adicional com essa jornada em função da efetividade verificada das iniciativas de inteligência artificial aplicada a precificação que nós começamos a implementar no 3T25. As provas de conceito se mostraram efetivas, os grupos controles, e nós *rolloutamos* isso no 2T.

Então, nós temos conseguido, através de outras ferramentas, ficar, de alguma forma, ao largo dessa competição mais predatória em preço.

Henrique Navarro: Muito obrigado.

Marcelo Mizrahi, Bradesco BBI: Olá, pessoal, tudo bem? Obrigado pela oportunidade. Queria voltar na vertical Porto. Primeiro, parabenizar a Patrícia, realmente o número foi muito bom, muito melhor do que o esperado, inclusive até os dados públicos da SUSEP, nós não tínhamos visto esse número, então provavelmente o último mês do trimestre foi um pouco melhor.

Ela já falou bastante sobre isso, mas queria voltar um pouco. Nós escutamos de você no começo sobre novos tipos de veículos, de repente as pontas, a Porto está um pouco mais aqui no altíssimo luxo, altíssima renda. Você falou também sobre motos, tem um acordo que a Porto tem com a BYD. Enfim, eu queria entender um pouco assim se você pudesse compartilhar conosco se tem aqui – eu entendi do esforço feito, não estou minimizando isso, o esforço feito com a força de venda – agora do ponto de vista do *underwriting*, se a Porto passou a ganhar *market share* de um produto que ela não tinha participação ou a Porto está mais ativa num produto que ela não tinha participação. Se isso é a justificativa, o *driver* dessa reaceleração.

E aí a outra pergunta seria como pensar a sinistralidade. Quer dizer, esse produto tem uma sinistralidade diferente? Até fazendo aqui uma analogia, por exemplo, os veículos elétricos nós ainda não sabemos, ainda o mercado é muito novo, a perspectiva de depreciação e tal, então queria te ouvir também um pouco mais sobre isso, se for o caso aqui dos veículos elétricos estarem ajudando aqui o prêmio, ok? Obrigado.

Patrícia Jimenez: Marcelo, o crescimento do Automóvel aí de 8% nesse trimestre ele vem de crescimento nos diversos segmentos da Porto, desde os produtos de entrada, que você bem comentou, mas também um crescimento nas linhas premium. Nós hoje contamos com um portfólio de diversas marcas. A Azul, por exemplo, é uma marca que a Porto trabalha já há mais de 20 anos, onde temos um portfólio de produtos mais enxutos para aqueles clientes sensíveis a preço, que teve um bom crescimento. Lançamos, por exemplo, nesse portfólio um seguro para motorista de aplicativo, que vem crescendo. Lançamos produtos de moto. Então, tem, sim, um crescimento do portfólio de produtos de entrada, mas tem também um crescimento da carteira tradicional da Porto e do premium muito alavancado pelo que o Kaki comentou de um ótimo índice de renovação e de captura de seguros novos.

Quando pensamos na sinistralidade, nós gerenciamos a carteira olhando cada um dos segmentos, e tem um ponto importante: mesmo para aqueles segmentos, como moto, por exemplo, que têm uma história mais recente, não é de poucos anos, mas é muito mais recente na Porto, nós temos massa crítica suficiente para conseguir não só precificar, mas fazer boas projeções de risco.

Hoje contamos com 6.3 milhões de veículos na frota, nós já conseguimos fazer hoje uma visão safrada de veículo chinês, de veículo elétrico, de moto, por marca. Então, essa escala, que é a beleza da Porto, é fundamental para podermos não só crescer nesses segmentos, mas crescer com a segurança da sinistralidade do que estamos trazendo. E assim como vimos segmentando cada vez mais a precificação e a oferta de produtos, nós especializamos nosso pós-venda, então temos times hoje dedicados, por exemplo, para veículos elétricos, para veículos chineses.

Então, é todo um ecossistema aí que cresce tanto na entrada como no mais premium para nós termos uma carteira saudável ao longo do tempo.

Marcelo Mizrahi: Ok, obrigado. Então, assim, nessa questão de sinistralidade, dá para falar que essa safra que está vindo ela tem uma sinistralidade diferente, melhor ou pior do que talvez as safras do ano passado, ou não?

Patrícia Jimenez: Olha, estamos reconhecendo agora. Vimos no 1T uma sinistralidade muito estável, um índice combinado da Seguradora como todo um estável e nós, no nosso *guidance*, revisamos a nossa sinistralidade em 0,5 p.p. para melhor. Então, de fato, estamos entendendo uma estabilidade na sinistralidade da Seguradora como um viés aí positivo para esse 2S com essa revisão do *guidance*.

Marcelo Mizrahi: Ok, obrigado, Patrícia.

Carlos Gomez Lopez, HSBC [via webcast]: “Há um contraste entre o que vemos no segmento de Seguros com o aumento gradual da demanda e as dificuldades na área de crédito. Está correto esse entendimento? Ou seja, um segmento está melhorando enquanto outro, que é cartão de crédito, está se deteriorando?”

Além disso, vocês mencionaram que apenas 7% dos novos clientes de cartão de crédito têm o perfil que vocês descreveram e que pretendem evitar. Qual era esse percentual anteriormente e qual é a participação desse grupo na base total de estoque de clientes?”

Domingos Falavina: *Hi Carlos. Good hearing from you.* Vou responder em português aqui, mas *always a pleasure*. É um ponto muito bom que você trouxe e é uma é uma tese aqui nossa interna. A Porto Seguro como um todo ela dobrou a quantidade de clientes e, nesse processo, teve uma inclusão securitária super relevante, então hoje o cliente da Porto ele é muito mais muito mais extenso e conseqüentemente ele está descendo nas pirâmides econômicas.

Talvez a nossa operação de cartão de crédito – e eu acho que é um benefício de um e talvez seja um ajuste que estamos fazendo agora inclusive nos nossos modelos de crédito –, o perfil do cliente médio da Porto talvez percebido como mais o topo da pirâmide, mais uma importância assegurada, que nós nos referimos aqui como IS, mais alta, ela não é mais constante, vimos conseguindo crescer de maneira saudável e rentável essa base.

Mas isso trouxe, nesse trimestre, nessa experiência que estamos tendo esse ano, um índice maior justamente por estarmos navegando mercados não apenas do topo de cima. Então, eu acho que isso conversa um pouco com essa dicotomia de você ter, por um lado, uma operação muito forte, crescente, e a outra estarmos em mercados diferentes.

Não sei se o Loução quer complementar mais alguma coisa, ou o Kaki.

Marcos Loução: Não, eu acho que só respondendo uma parte que você perguntou sobre como era essa aprovação antes, eu acho que um ponto super importante é que esse perfil de cliente ele era totalmente resiliente aos outros ciclos. O que temos notado é que boa parte desse perfil – e é isso que estamos ajustando as nossas políticas – hoje, por exemplo, não tem seguro de automóvel, quer dizer eles entraram com seguro de automóvel e não tem, o que nos permite retroalimentar os nossos modelos de crédito e os nossos modelos de análise com uma certa facilidade.

Então, essas são as medidas que nós acabamos de adotar. Na entrada, na concessão do crédito, percebemos que isso já está bem capturado pelos modelos e é o que estamos fazendo agora na análise de portfólio e reforçando aqui a necessidade de provisionamento, porque nós realmente buscamos rentabilidades maiores do que nós apresentamos nesse trimestre e esse perfil não trouxe.

Paulo Kakinoff: Oi, Carlos. Eu queria, de fato, agradecer tua pergunta porque ela permite oferecer alguns ângulos importantes sobre o momento e sobre a estratégia da Companhia, que vem se desenvolvendo no longo prazo.

Complementando o tema do crédito, de fato, estamos falando sobre um percentual relativamente restrito de clientes do cartão sobre a base toda, os 7% que você mencionou, que têm o perfil já descrito aqui com um bom nível de detalhes pelo Loução, e esse cliente nós não vemos uma possibilidade de recuperação no curto-médio prazo, nem do poder de compra, muito menos da capacidade de crédito. É a isso que eu me refiro quando a introdução menciona sobre um novo patamar de provisionamento, porque, na prática, estamos contando que esse cliente não volta, esse perfil de cliente não volta para base e temos ainda um processo de gerenciamento dessa carteira que demandou um aumento da provisão quase que dedicado a esse grupo.

Mas o ângulo que eu acho mais relevante – e também parte da sua pergunta –, você falou dessa situação de crédito comparada hoje com o crescimento dos seguros, essa deverá ser, não especificamente nessas duas carteiras, mas a variação entre as carteiras, entre os produtos das verticais, a realidade da Porto ao longo das próximas décadas.

O modelo que foi estruturado tem, a nosso ver, a grande virtude de conseguir entregar trimestre a trimestre uma expansão do grupo quer seja em receita, quer seja em lucratividade, preservando patamares de ROAE significativamente acima do custo de capital e, em especial, absorvendo – esse é o aspecto mais importante – as variações típicas que uma macroeconomia com a volatilidade brasileira te confronta de tempos em tempos.

Então, em algum momento pode ser a carteira do Vida e outra pode ser a Saúde, a de Serviço. Reparem que nesses últimos trimestres – e estou falando só fazendo referência a esses que nós estamos juntos – praticamente em todo trimestre nós tivemos alguma carteira com uma performance abaixo da expectativa.

No 2T do ano passado, há exatamente um ano, nós falávamos justamente sobre a preocupação da expansão do Auto, e ainda assim a Companhia continuou, como grupo, entregando essa linearidade de resultado. É isso que o nosso *guidance* sugere e é o que nós perseguimos aqui todos os dias; a fortaleza do grupo está justamente nessa capacidade de absorver as variações entre as diferentes carteiras, produtos e serviços.

Operadora: Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra aos executivos da Porto para as considerações finais da Companhia. Por favor, senhores, podem prosseguir.

Paulo Kakinoff: Em nome de todo o nosso time aqui, eu gostaria de novamente agradecer a típica atenção de vocês com a Porto, e reforçar que estamos todos à disposição tempestivamente para qualquer necessidade de maiores esclarecimentos. Um ótimo dia a todos. Obrigado.

Operadora: A videoconferência da Porto está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom-dia.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o *website* de Relações com Investidor (e/ou institucional) da respectiva Companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”