

## ■ Relações com Investidores

# Porto Seguro cresce com rentabilidade e democratiza capital

Rodolfo Zabisky\*

Em nosso segundo artigo da série “por que eu devo investir na sua empresa?” conversamos com Jayme Brasil Garfinkel, Vice-Presidente Executivo da Porto Seguro. A Companhia estréia hoje no Novo Mercado da Bovespa, após uma bem sucedida Oferta Pública Inicial de ações, que foi criteriosamente coordenada pelo Banco Pactual.

As alavancas de valor da Porto Seguro, suas vantagens competitivas, oportunidades de crescimento e capacidade de entrega de resultados futuros foram discutidas e encontram-se resumidas a seguir.

A Porto Seguro foi fundada em 1945 por um grupo de executivos do qual fazia parte Amador Aguiar, o fundador do Bradesco. A Companhia foi adquirida pela família Garfinkel em 1972 e, a partir de 1978, passou a desenvolver o conceito de “proteção diferenciada”, que oferece produtos e serviços que auxiliam na prevenção de sinistros e que amparam o segurado antes, durante e depois de qualquer ocorrência. Essa inovação tornou-se *benchmark* e uma tendência no setor de seguros.

Nos primeiros nove meses de 2004, a Porto Seguro registrou receita líquida de R\$ 2,3 bilhões (margem líquida de cerca de 5%), um crescimento de 16,6% sobre igual período em 2003. Em 30/9/04 a Companhia dispunha de R\$ 3,6 bilhões em ativos consolidados totais, aproximadamente 1,5 milhão de clientes, com cobertura de cerca de 2,9 milhões de itens segurados (incluindo pessoas e bens).

Muito do sucesso da Porto Seguro no quesito rentabilidade, conforme Jayme Garfinkel, é decorrente do “foco em fazer seguros, o que significa saber aceitar o risco, analisar o sinistro e ver todas as possibilidades de prevenção. Diariamente discutimos o *underwriting* da Companhia e isso alavancou nosso desenvolvimento tecnológico para otimização contínua do negócio”.

A indústria brasileira de seguros cresce mais rapidamente do que o PIB. Durante o primeiro semestre de 2004, o PIB cresceu 4,2% enquanto a indústria evoluiu 5,7%, quando comparados a igual período de 2003. Apesar da sólida taxa de crescimento, esse setor e os mercados nos quais a Companhia atua ainda têm pequena pene-

### Por que Porto Seguro?

**Marca Amplamente Reconhecida**

- A marca “Porto Seguro” está entre as mais reconhecidas no mercado brasileiro de seguros
- Eficácia nos esforços de marketing

**Sólida Base de Distribuição**

- Forte relacionamento com cerca de 19 mil corretores independentes em todo o Brasil e no Uruguai
- Oportunidade e sinergia com vendas cruzadas de produtos de seguros novos e correlatos

**Higidez Financeira**

- Cerca de R\$ 700 milhões de patrimônio líquido e R\$ 200 milhões de reservas técnicas (margem de solvência)
- Empréstimos de curto e de longo prazos insignificantes. Portanto, a Companhia não está exposta a risco cambial ou de taxas de juros
- Receitas financeiras líquidas da ordem de R\$ 400 milhões por ano
- Companhia gera substancial caixa líquido

**Rentabilidade sobre o Patrimônio (ROAE)**

Ano	ROAE
2001	20%
2002	23%
2003	23%

**Administração Profissional**

- Profissionais qualificados, com experiência reconhecida no mercado brasileiro de seguros
- A maioria dos diretores trabalha na Companhia há mais de vinte anos
- Compromisso com as melhores práticas de governança corporativa

**Inovação e Liderança Mercadológica**

- Ampla gama de produtos de seguros, com grande variedade de coberturas e maior valor agregado
- Líder em seguros de automóveis no Brasil e terceira maior seguradora em saúde
- Sólida base de dados de clientes atuais e potenciais, e de tendências referentes a sinistros
- Exclusiva tecnologia de informação que possibilita geração de modelos e gestão de receitas, com estratégias diferenciadas de preços, possibilitando manter um processo de subscrição lucrativo e eficaz
- Significativa fidelidade dos mais de 1,5 milhão de clientes
- Excelente oportunidade de expansão geográfica além dos estados de maior dominância (São Paulo e Rio de Janeiro)

**Lucro Líquido (CAGR\* = 22%)**

R\$ milhões

Ano	Lucro Líquido (R\$ milhões)
2001	94
2002	122
2003	141

\* CAGR = taxa anual composta de crescimento

tração relativamente a outros países.

O mercado brasileiro de seguros é bastante competitivo e com baixas barreiras de entrada. Em 30/6/04, de acordo com a SUSEP, 78 seguradoras ou grupos de seguro de diversos tamanhos estavam em operação, com os 10 maiores grupos respondendo por aproximadamente 77% do mercado.

Inovação, tecnologia e canal de distribuição são os principais diferenciais da Porto Seguro, comparativamente aos seus pares mercadológicos. Originados na década de 70, quando não havia grande interesse pela carteira de automóveis, esses diferenciais foram aprofundados nas últimas três décadas. A Companhia focou esse segmento e destacou-se pela prestação de serviços ao cliente (não apenas o sinistro, mas com serviços para prevenção desse evento, tais como inspeção gratuita, carro reserva, *break light* e convênio com estacionamentos) e desenvolveu um canal único de distribuição através de corretores de seguro, tratados como real vínculo corporativo.

“O meu sonho para o futuro da Companhia é que ela continue sendo um modelo como está se demonstrando hoje. Lógico que ela terá uma nova dimensão, até por força do ingresso de novos acionistas e atuação dentro das melhores práticas de governança corporativa. A Porto Seguro continuará sendo modelo e crescendo com rentabilidade, como mostra nosso histórico”, completa Jayme Garfinkel.

Parte desse comprometimento já pode ser constatado com a disponibilização de um completo website de relações com investidores de forma a assegurar total aderência aos princípios da igualdade de tratamento, do acesso à informação e da transparência no relacionamento com o mercado de capitais.

## Opinião

Méritos para a administração da Porto Seguro que no período de 30 anos conduziu a Companhia de uma modesta 48ª posição no ranking para se tornar a terceira maior seguradora brasileira e a líder mercadológica no segmento de seguro de automóveis. Diferenciando-se pela inovação, a Porto Seguro comemora hoje seu IPO no Novo Mercado, demonstrando assim maturidade e compromisso com crescimento contínuo e remuneração aos acionistas.

A alta competitividade do setor, recentemente (1996) aberto às seguradoras estrangeiras, destaca-se como o principal desafio da Companhia. Apesar do crescimento médio de 13,5% ao ano no período de 2001 a 2003, a participação da Porto Seguro no mercado total de seguros no Brasil tem se mantido estável, ao redor de 7,3% no mesmo período.

Oportunidades de crescimento e aumento de lucratividade tendem a ser primordialmente decorrentes de sua expansão orgânica e do que por consolidação do setor (aquisições). A Porto Seguro deve continuar crescendo nos mercados onde ela já registra dominância (São Paulo e Rio de Janeiro), que representaram cerca de 85% dos prêmios auferidos da Companhia e 69% dos prêmios recebidos no mercado brasileiro de seguros em 2003. Adicionalmente, com base na sua competência e melhores práticas no mercado, no forte reconhecimento de sua marca, na reputação de seus serviços, e na sua excepcional rede de corretores, a Porto Seguro deverá, também, expandir seus negócios em cidades de pequeno e de médio portes, com potencial lucrativo, em todo o Brasil.

\* Diretor executivo da MZ Consult, especial para Gazeta Mercantil, e-mail: rzabisky@gazetamercantil.com.br

### Agenda do Investidor

ALL	-	-	23/11
Aracruz	13/01	14/01	-
Bradesco	-	-	25/11
CBD	-	-	24/11
Confab	-	-	23/11
Duralex	-	-	23/11
Eternit	-	-	30/11
Gerdau	-	-	24/11
Porto Seguro	-	-	22/11
Sabesp	-	24/11	-

Divulgação de resultados

Teleconferências

Reunião com investidores/analistas

Fonte: [www.divulgacaoexemplar.com.br](http://www.divulgacaoexemplar.com.br)