PORTO SEGURO

Reunião Pública dos Analistas 4T14 e 2014










NOVO MERCADO
BOVESPA BRASIL

Agenda

- Visão Geral da Indústria de Seguros
  - *Evolução do Mercado Segurador*
  - *Ambiente Competitivo*
  - *Fatores Chave de Crescimento e Rentabilidade*
- Quem Somos
  - *Nossos Negócios*
  - *Estratégia e Principais Diferenciais*
  - *Rentabilidade Histórica*
  - *Desempenho das Ações e Dividendos*
- Resultados Recentes – 4T14 e 2014
  - *Seguros*
  - *Negócios Não-Seguros*
  - *Resultado Financeiro*



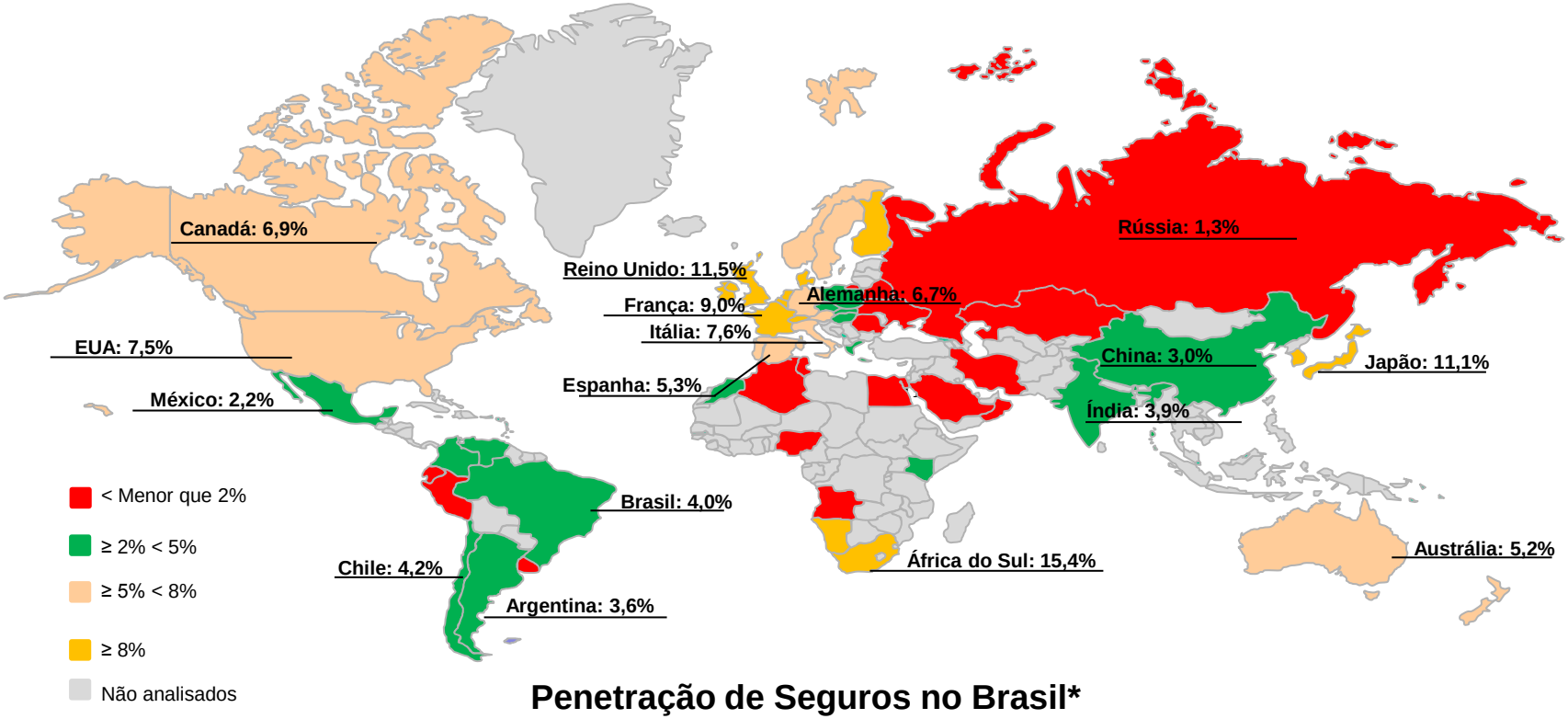


Visão Geral da Indústria de Seguros

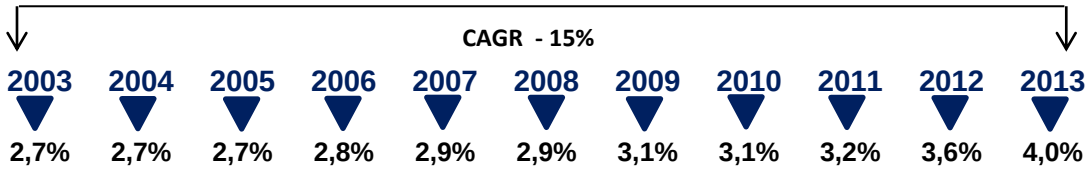
Há mais de uma década, o ritmo de crescimento do setor de seguros no Brasil (CAGR:15%) tem se mostrado bem mais acelerado que a evolução do PIB, ratificando seu potencial de expansão - essa indústria ainda apresenta uma baixa penetração no Brasil

Penetração de Seguros

(prêmios em relação ao PIB (%) – 2013)



Penetração de Seguros no Brasil*



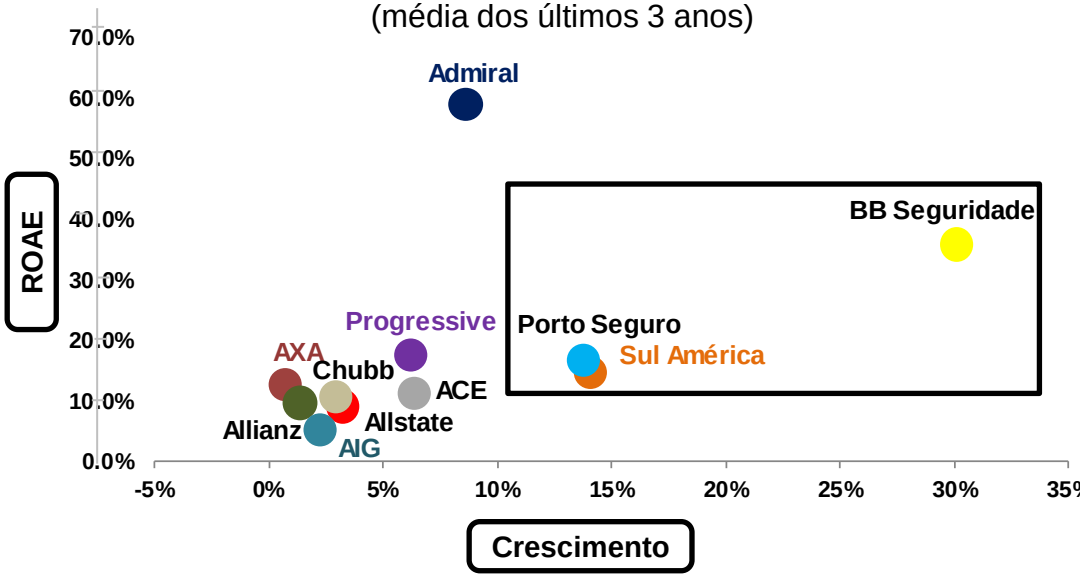
Fonte: Swiss RE/Fenseg

*Prêmios em relação ao PIB (%) – excluindo Capitalização e Saúde

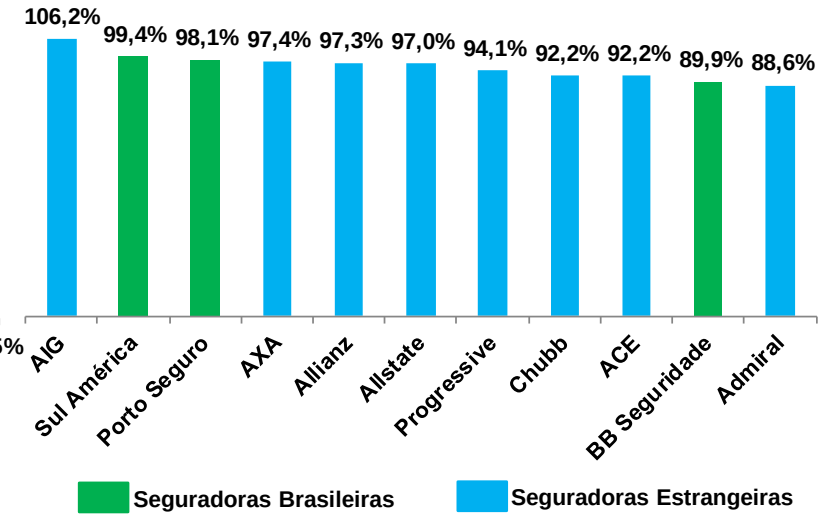
As seguradoras brasileiras tem apresentado maior crescimento e ROAE quando comparadas as companhias americanas e europeias

Seguradoras Selecionadas
Resultado Operacional e Rentabilidade

Crescimento de Prêmios *vs.* ROAE
(média dos últimos 3 anos)



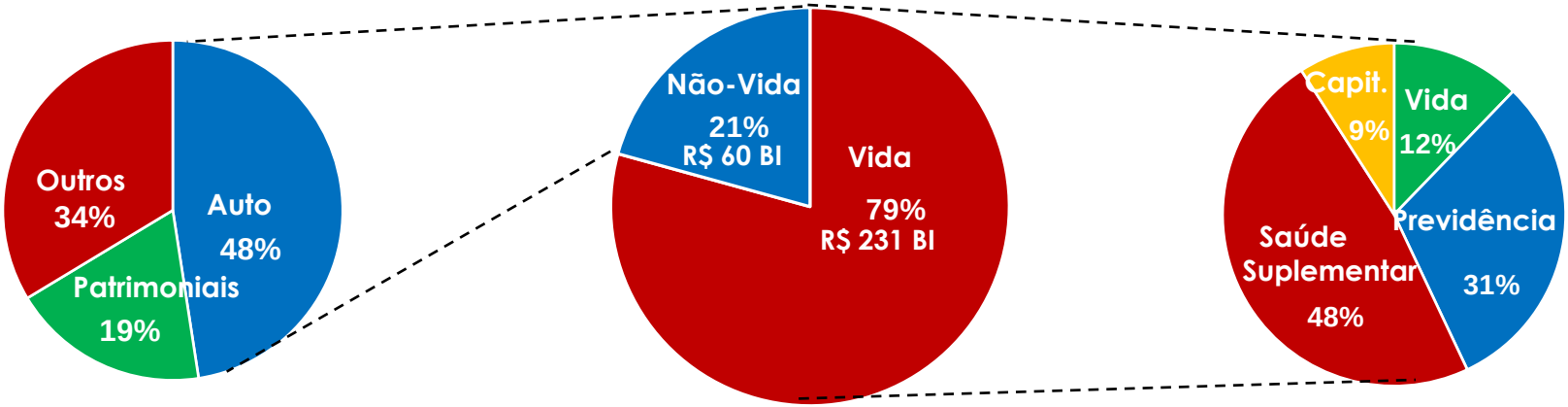
Índice Combinado
(média dos últimos 3 anos)



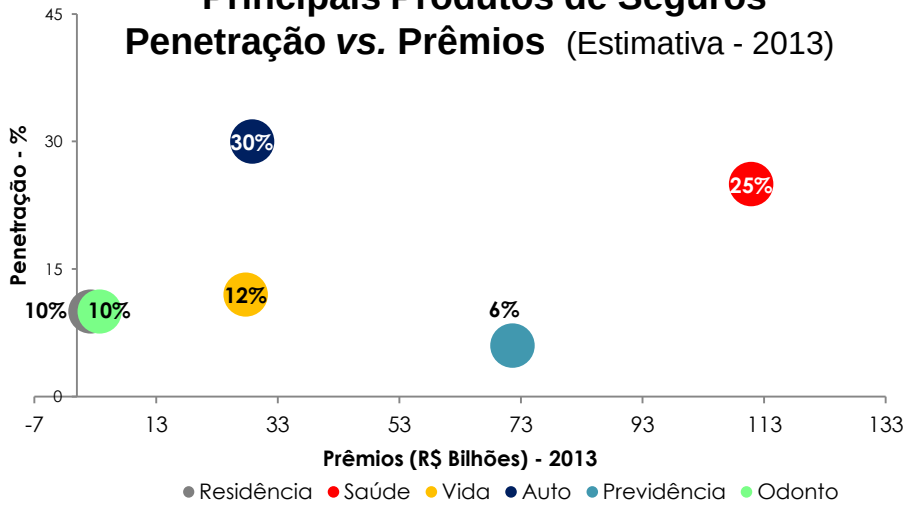
Fonte: sites de Relações com Investidores das respectivas seguradoras

Um mercado de R$ 291 bilhões, liderado pelos segmentos de Saúde Suplementar, Previdência, Auto e Vida – mesmo nas principais linhas de seguro do Brasil, a penetração não supera 30%

Prêmios por Segmento – Brasil (2013)



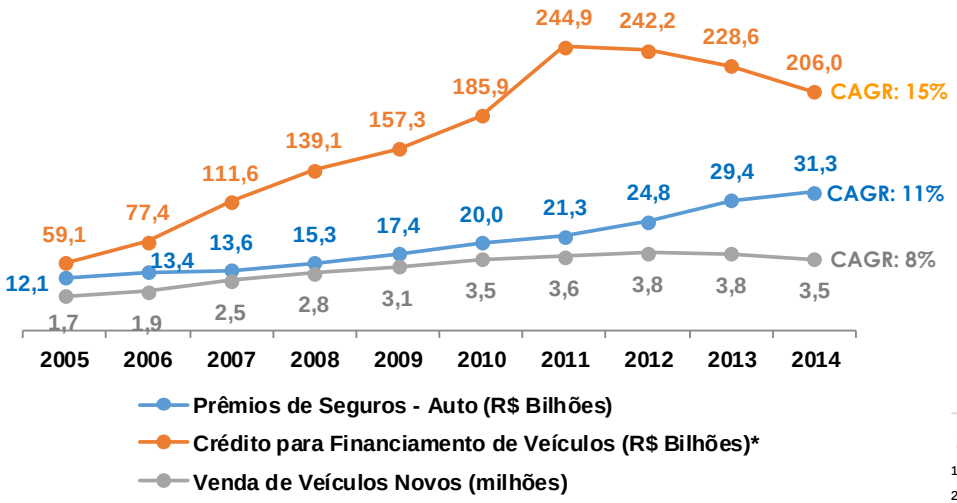
Principais Produtos de Seguros
Penetração *vs.* Prêmios (Estimativa - 2013)



Fonte:: ANS, SES-SUSEP, CNSEG, FENSEG e estimativa Porto Seguro

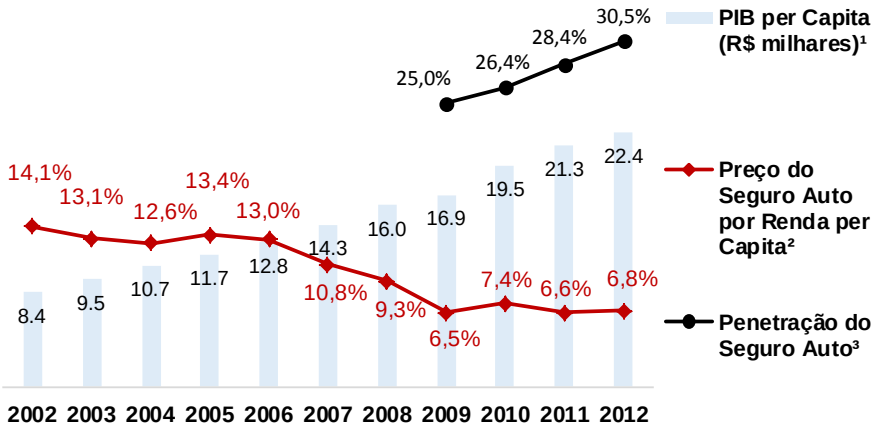
O aumento da renda e a expansão do crédito no Brasil tem contribuído para a evolução dos prêmios do seguro de automóvel nos últimos 5 anos

Crescimento do Mercado de Automóveis - Brasil



Fonte: SUSEP, ANFAVEA e ANEF
*Dados de 2014 estimados pela ANEF (volume de crédito do ano ainda não publicado)

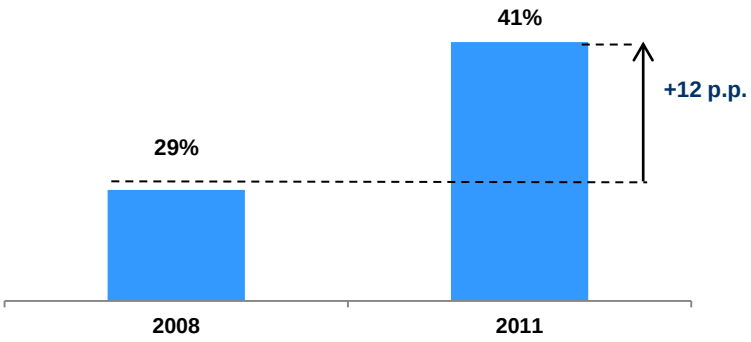
Evolução da Renda e da Penetração do Seguro Auto no Brasil (%)



¹PIB per capita anual
²Preço médio do seguro auto da marca Porto Seguro dividido pelo PIB per capita
³Considera apenas veículos de passeio
Fonte: IBGE / FENSEG / Denatran/ Porto Seguro

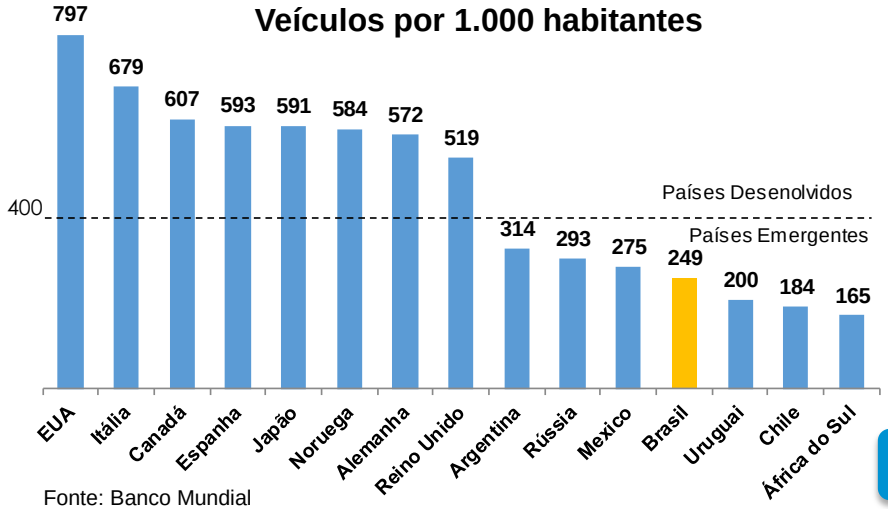
% da Classe C no Mercado de Seguro Auto - Brasil

(2008 *vs*. 2011)



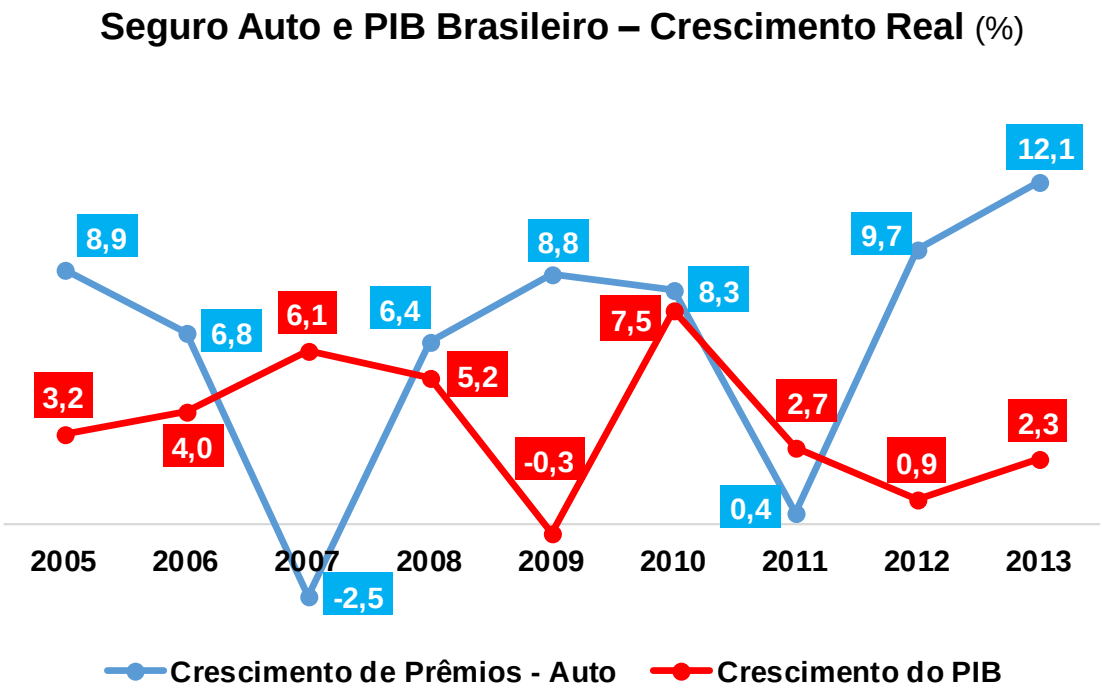
Fonte: Serasa Experian / Booz & Company

Veículos por 1.000 habitantes



Fonte: Banco Mundial

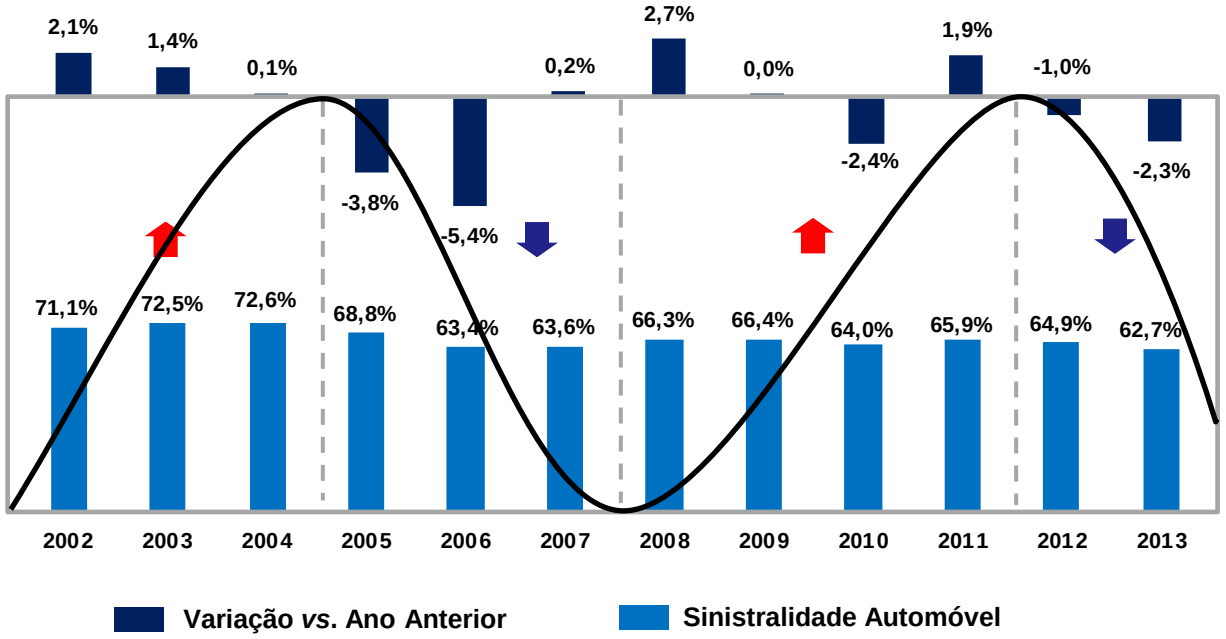
Não há uma correlação significativa entre a evolução do PIB brasileiro e o crescimento do seguro auto no Brasil – o mercado é direcionado principalmente pela competição



Fonte: CNSEG/SUSEP/IBGE

As variações da sinistralidade do seguro auto no mercado tem sido impactadas principalmente pelo ambiente competitivo – as oscilações das frequências de roubo e furto não tem sido determinantes para explicar a volatilidade da sinistralidade dos últimos anos

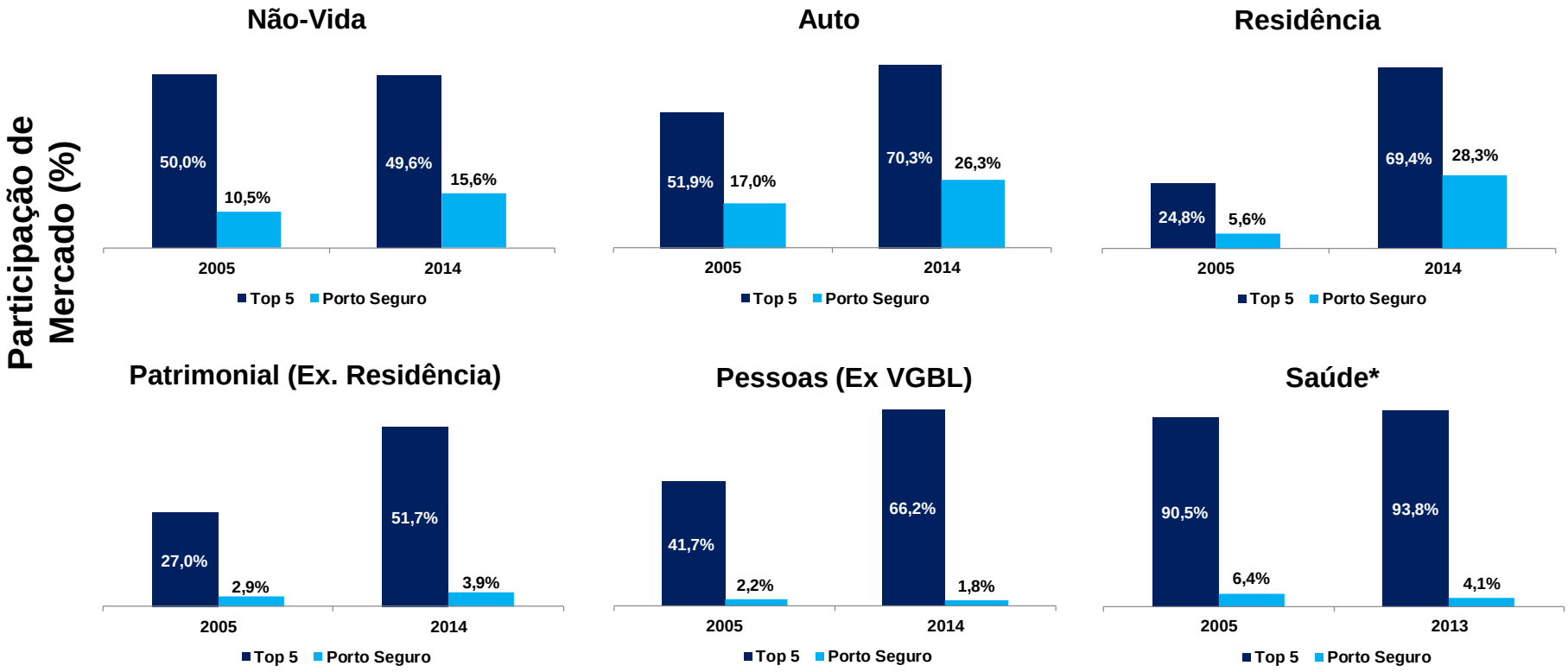
Sinistralidade Auto - Brasil
(Sinistralidade e Variação *vs.* Ano Anterior)



Fonte: SUSEP

O mercado de seguros no Brasil é altamente concentrado em todos os principais segmentos

Participação de Mercado por Segmento
(Top 5 e Porto Seguro Consolidado)

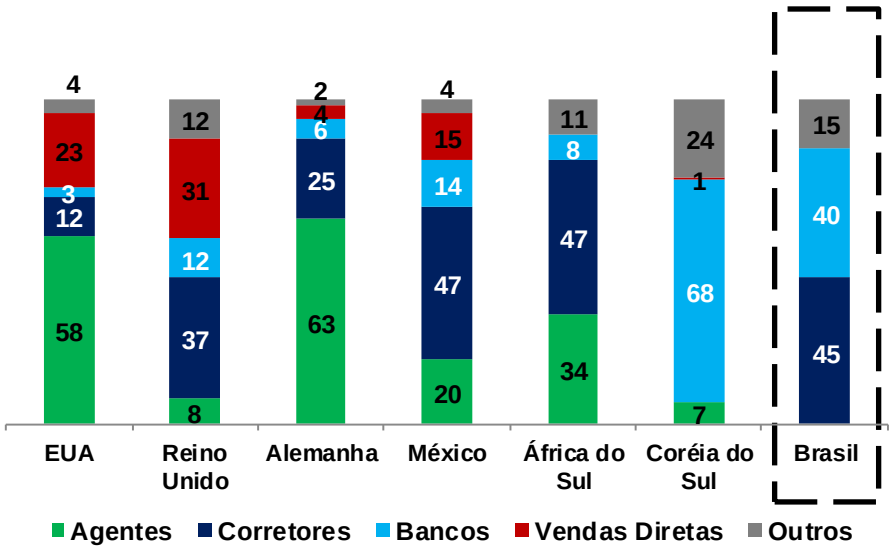


*Considerando apenas seguradoras (Ex. Planos de Saúde - *HMO*)

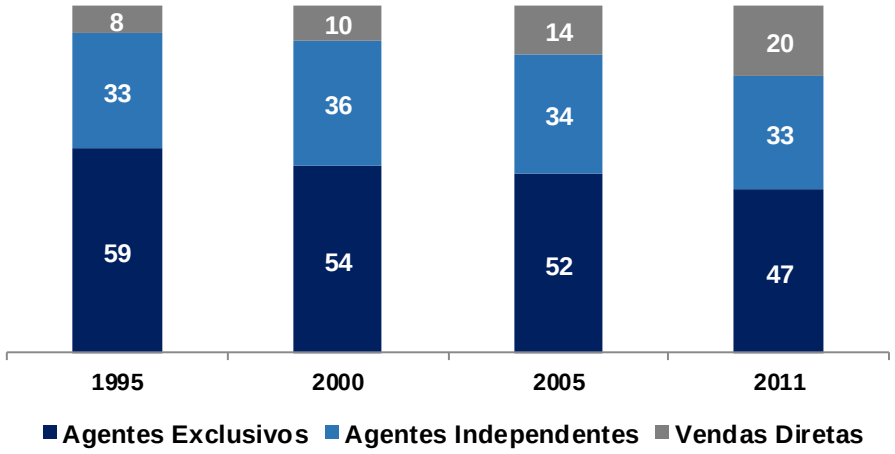
Fonte: SUSEP/ANS/Sincor

O mercado de seguros no Brasil é dominado por corretores nos segmentos de Auto e Saúde e por bancos no segmento de Vida

Canais de Distribuição – Países Selecionados
Produtos Vida e Não-Vida
(Prêmios % - 2011)



Canais de Distribuição do Seguro Auto - EUA
(Prêmios %)



Fonte: CEA Insurers of Europe – III On Line/UK-ABI Key Facts / Swiss RE / Accenture


PORTO SEGURO
SERVIÇOS
Residência
Condomínio
Empresa
PORTO SEGURO
SERVIÇOS
PORTO SEGURO
PORTO SEGURO

Quem Somos

Um histórico de foco, crescimento e rentabilidade através das nossas 3 marcas

Marcas Porto Seguro

PORTO SEGURO

Itaú seguro auto e residência

Azul SEGUROS

Força da Marca

- 1° Seguradora Não-Vida
- 1º Atendimento ao Cliente*
- 4° Marca mais valiosa**

Canais de Distribuição

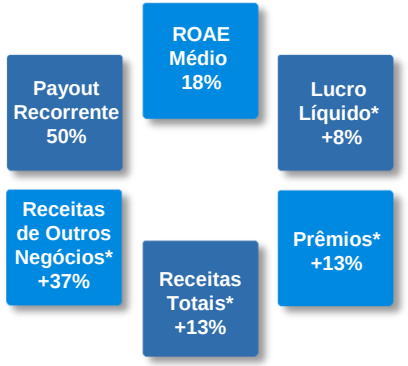
- 28.000 Corretores
- 5.000 Agências Itaú-Unibanco

Serviços

- 19 mil prestadores de serviços
  - Guinchos
  - Reparo de Eletrodomésticos
  - Help Desk
  - Encanamento, Chaveiro e outros

*Fonte: Prêmio IBRC e Revista Exame - 2012
**Ranking Brand Analystics/Millward Brown - 2013

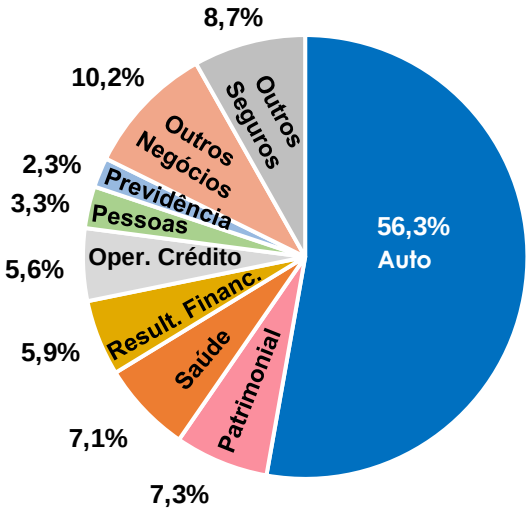
Rentabilidade (2010-2014)



*CAGR considerando resultados recorrentes

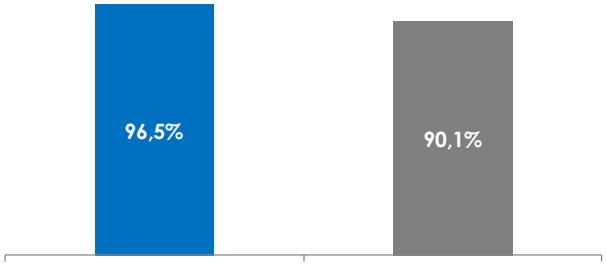
Portfolio Porto Seguro

(Receitas - 2013)



Índice Combinado

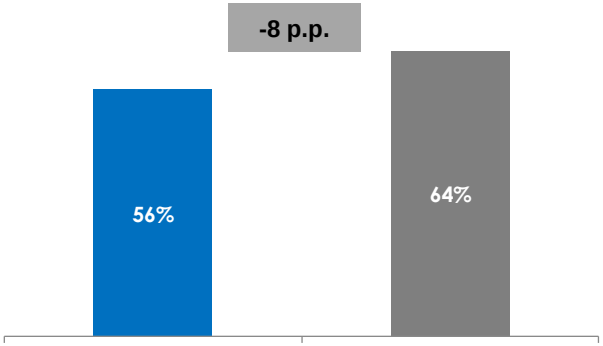
(2014)



¹Incluindo Resultado Financeiro

Sinistralidade Auto

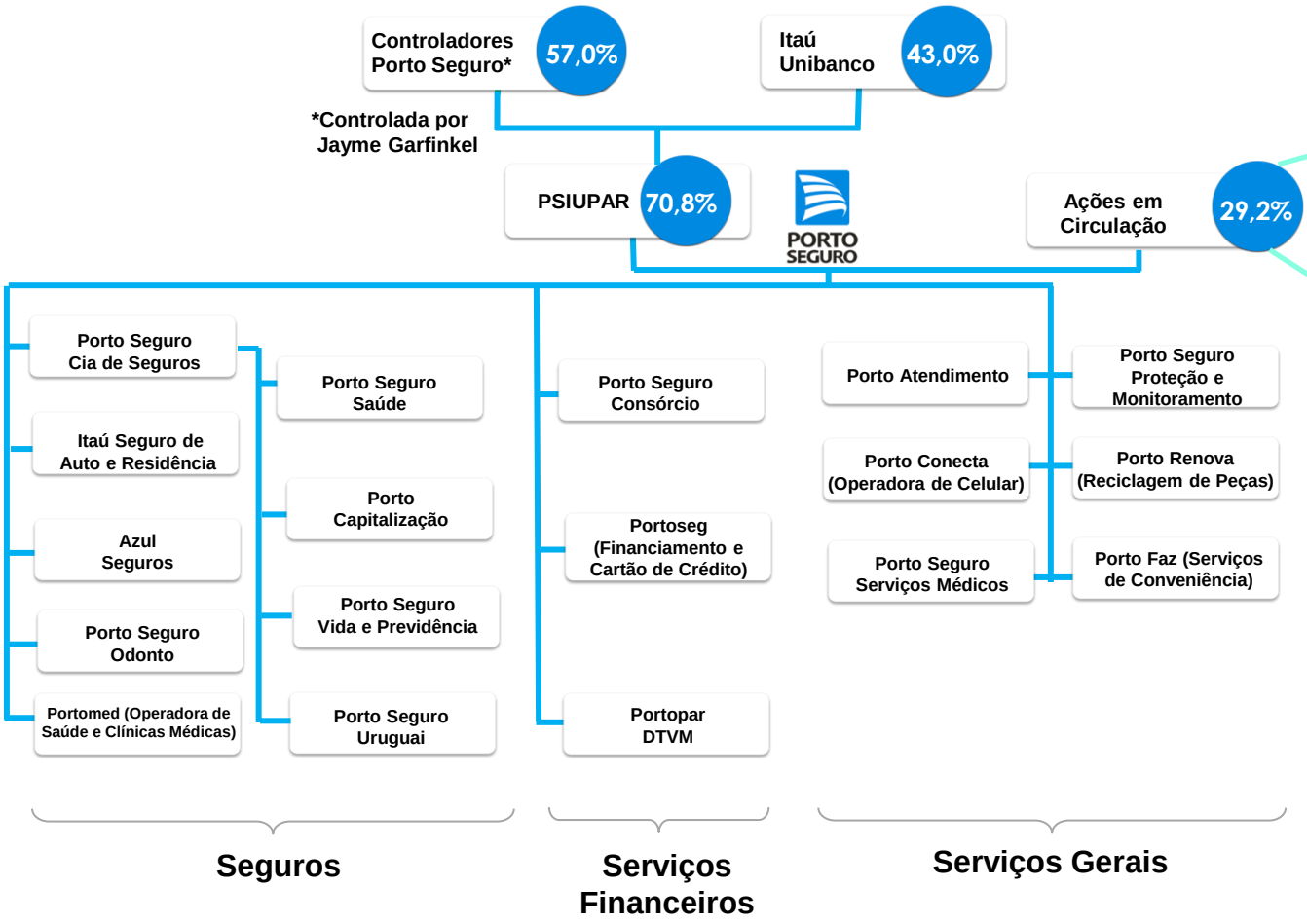
(2014)

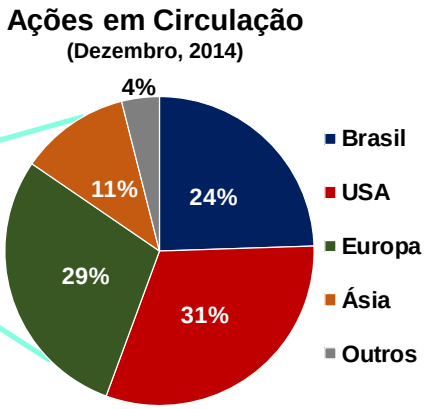


¹Inclui Porto Seguro, Itaú e Azul Seguros
Fonte: SUSEP

A Porto Seguro é composta por empresas de seguros, serviços financeiros e serviços em geral

Estrutura Operacional





Nossa estratégia é baseada em 4 pilares

Nossa Estratégia

Segmentação	✓ 3 marcas para atender diferentes necessidades e preferências ✓ Diferentes propostas de valor – serviços, preço, benefícios específicos/conveniência
Atendimento Diferenciado para Corretores e Clientes	✓ Alto nível de serviços, baseados no "atendimento familiar" ✓ Foco no relacionamento de longo prazo ✓ Índices de renovação maiores do que a média de mercado
Produtos e Serviços Inovadores	✓ Portfólio de produtos inovadores e sinérgicos (oportunidade de vendas cruzadas) ✓ Serviços ampliados (para o lar, carro e pessoas) – além dos básicos ✓ Serviços como principal valor de reconhecimento da marca
Sofisticado Modelo de Seleção e Precificação de Risco	✓ Precificação de produtos com foco na rentabilidade ✓ Modelos estatísticos sofisticados e um robusto banco de dados ✓ Sinistralidade histórica abaixo da média de mercado

A Companhia possui diferentes propostas de valor através de suas 3 marcas

Estratégia de Segmentação das Marcas

PORTO SEGURO

- Marca focada em diferenciais
- Alto nível de serviços
- Produtos de valor agregado
- Maior flexibilidade operacional
- Sofisticada seleção de riscos

Itaú seguro auto e residência

- Marca de afinidade com clientes Itaú
- Benefícios específicos para clientes Itaú
- Conveniência
- Sofisticada seleção de riscos

Azul SEGUROS

- Marca focada em preço
- Produtos e serviços simples
- Menor flexibilidade operacional
- Sofisticada seleção de riscos

Oferecemos uma ampla gama de produtos de seguros

Principais Produtos de Seguros (2014)	 **Auto**	 **Saúde**	 **Patrimonial** Com Residência	Sem Residência	 **Residência**	 **Vida**
Ranking	**1º**	**4º** apenas seguradoras **7º** considerando operadoras de Saúde	**2º**	**8º**	**1º**	**11º**
Participação de Mercado	**26,3%**	**4,1%*** *Dado de 2013	**8,3%**	**3,9%**	**28,3%**	**1,8%**
Prêmios (R$ milhões)	**8.636**	**1.116**	**1.089**	**426**	**662**	**500**
Participação nos Prêmios	**68%**	**9%**	**9%**	**3%**	**5%**	**4%**
CAGR - Prêmios (5 anos)	**17%**	**11%**	**27%**	**16%**	**38%**	**13%**
Itens/Vidas Seguradas (milhares)	**5.026**	**661**	**2.592**	**393**	**2.199**	**6.259**

Fonte: Susep/Sincor/Porto Seguro

Outros negócios não seguros incrementam o lucro e contribuem para a fidelização de nossos clientes

	Serviços Financeiros		Serviços Gerais	
Principais Negócios Não-Seguros (2014)	 **Cartão de Crédito**	 **Consórcio**	 **Alarmes Monitorados**	 **Saúde Ocupacional**
Ranking	**8º**	**10º**	**2º** [1]	**1º** [1]
Participação de Mercado	**1,6%*** *faturamento	**1,7%**** **nº de consorciados	**-**	**-**
Receitas (R$ Milhões)	**828**	**206**	**85**	**185**
% nos Negócios Não-Seguros	**53%**	**13%**	**5%**	**12%**
CAGR - Receitas (3 Anos)	**66%**	**9%**	**9%**	**56%** [2]
Clientes/Itens (milhares)	**1.625**	**118**	**23**	**411**

[1] Estimativa Porto Seguro

[2] Aquisição da Bioqualynet em 2013

Novos Serviços

Operadora Virtual



Porto Faz (serviços de conveniência)



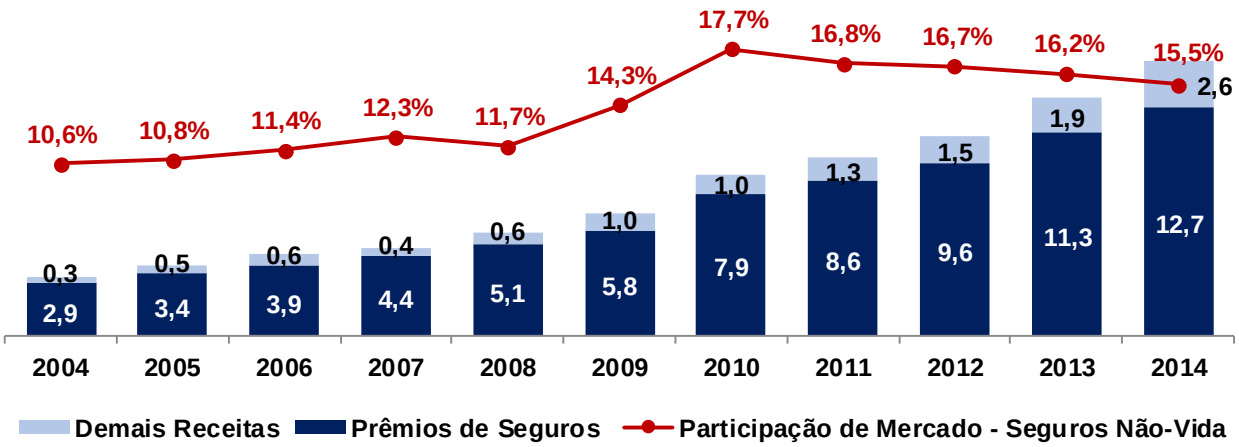
Carro Fácil



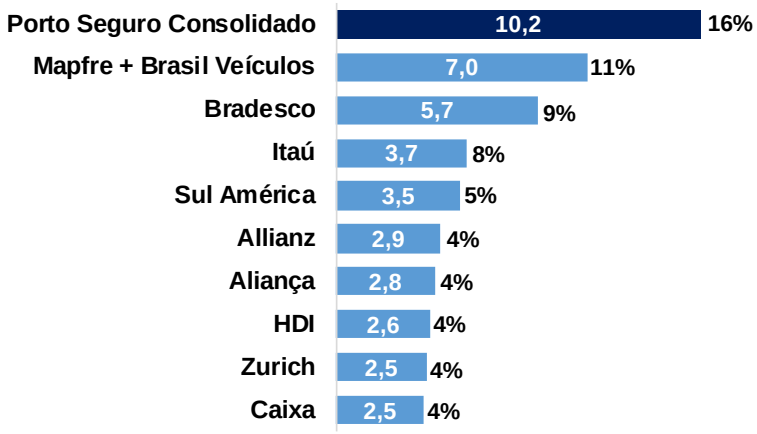
Fonte: Banco Central/Card Monitor/Porto Seguro

Maior empresa de seguros não-vida do Brasil – crescimento consistente de receitas

Receitas Totais (R$ Bilhões) **e Participação de Mercado** (%)

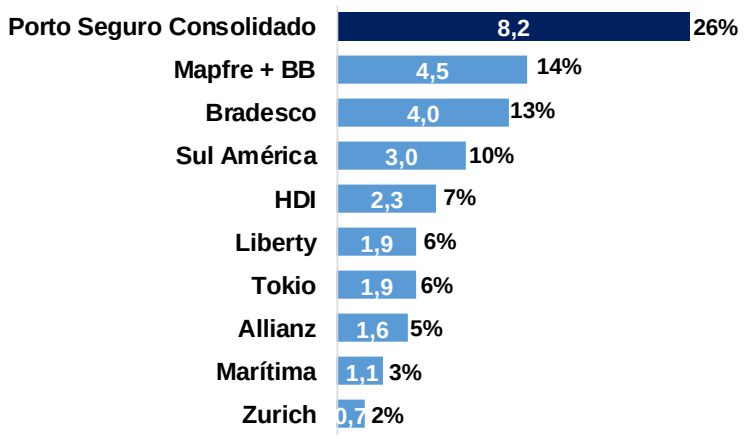


Prêmios de Seguro Não-Vida (R$ bilhões) e **Participação de Mercado**[1] (%) - 2014



[1]Excluindo Vida, Previdência e Saúde

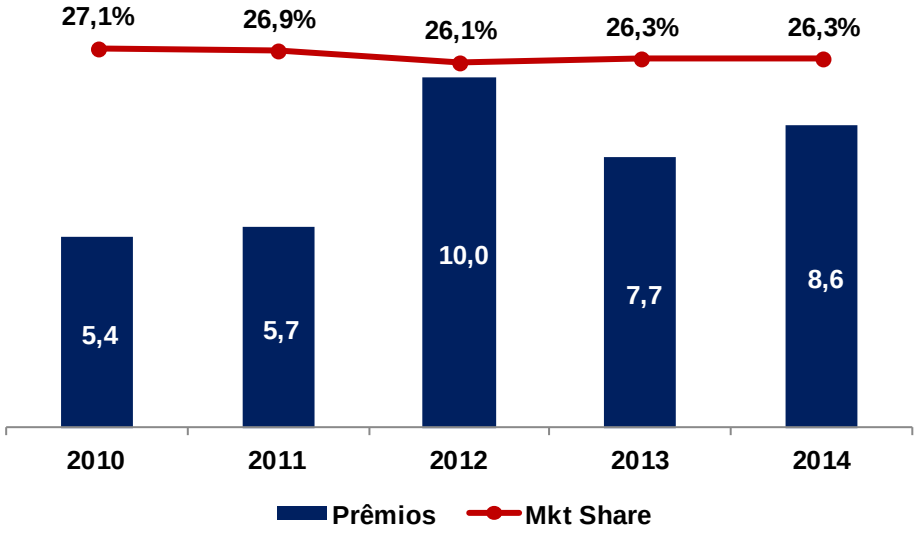
Prêmios de Seguro Automóvel (R$ bilhões) e **Participação de Mercado** (%) - 2014



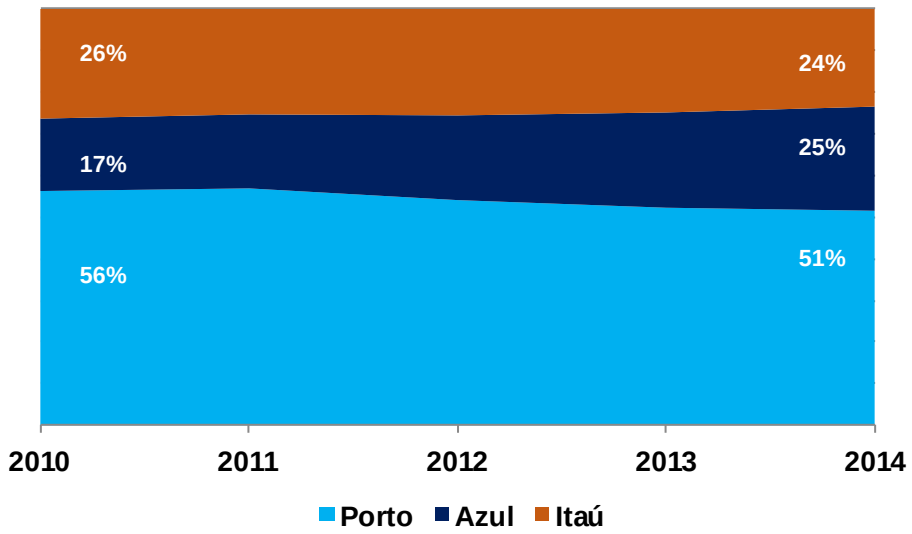
Fonte: Susep / Porto Seguro

Nossa participação de mercado tem se mantido relativamente estável e com uma sinistralidade abaixo da média de mercado – a Azul, nossa marca focada em preço, tem crescido mais rápido que as outras marcas

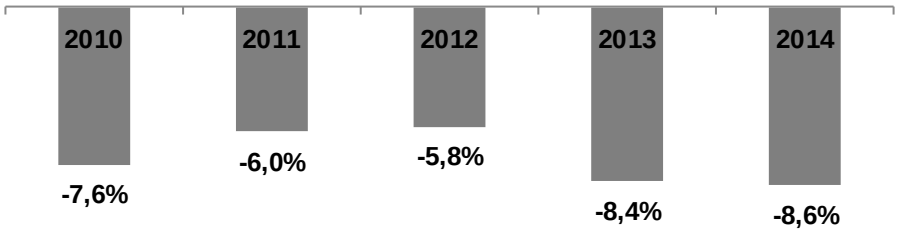
Prêmios de Auto – Porto Consolidado (R$ bilhões) **e Participação de Mercado**



Prêmios de Auto por Marca



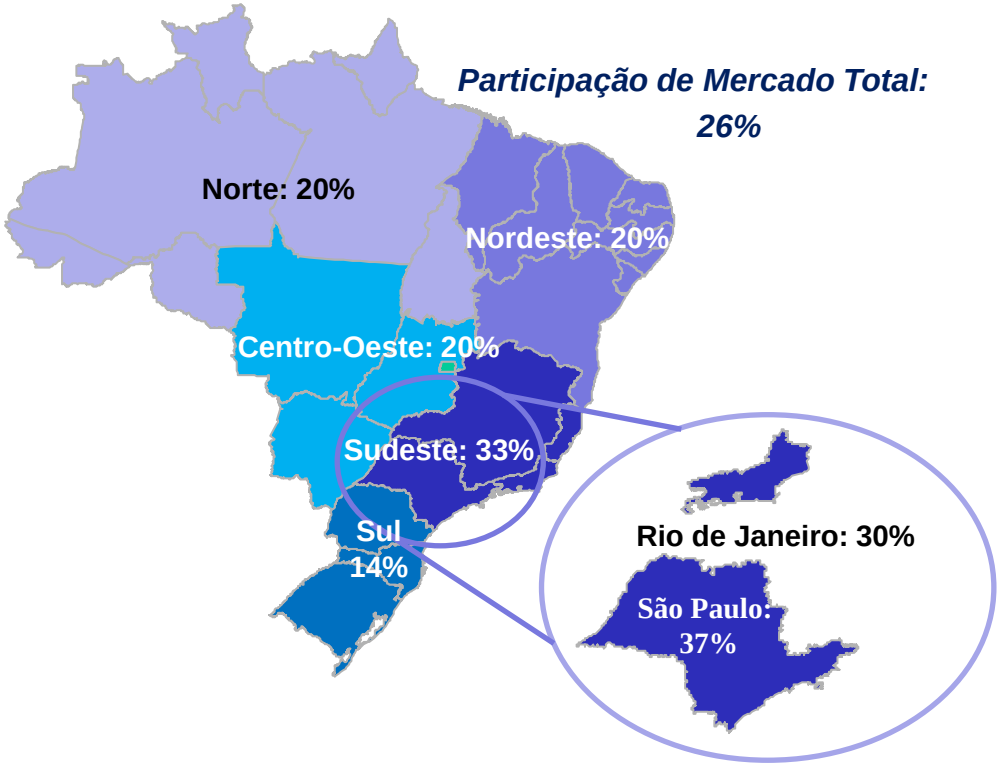
Diferença entre a Sinistralidade de Auto da Porto *vs.* Mercado*



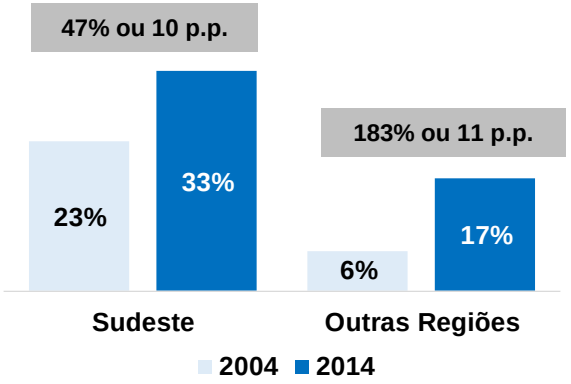
* Mercado excluindo a Porto Seguro/ Fonte: SUSEP

Desde 2004 os prêmios tem crescido mais em regiões fora de São Paulo, no entanto, ainda vemos uma alta concentração na região sudeste

Distribuição dos Prêmios de Auto por Região
Porto Seguro (2014)



Evolução da Participação de Mercado da Porto Seguro (Auto)

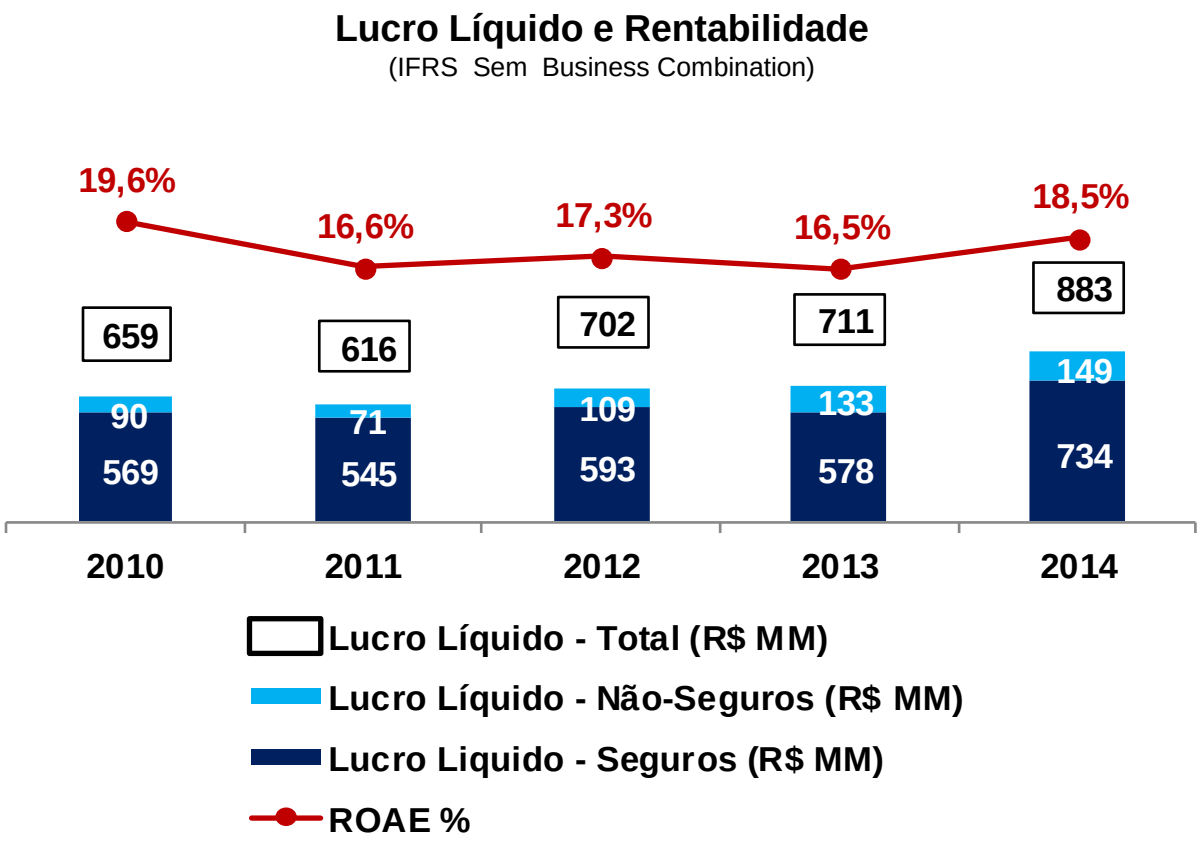


Representatividade das Regiões nos Prêmios de Auto – Porto Seguro
(2014)

Sudeste	74%
São Paulo	58%
Rio de Janeiro	9%
Sul	10%
Nordeste	8%
Centro-Oeste	6%
Norte	2%

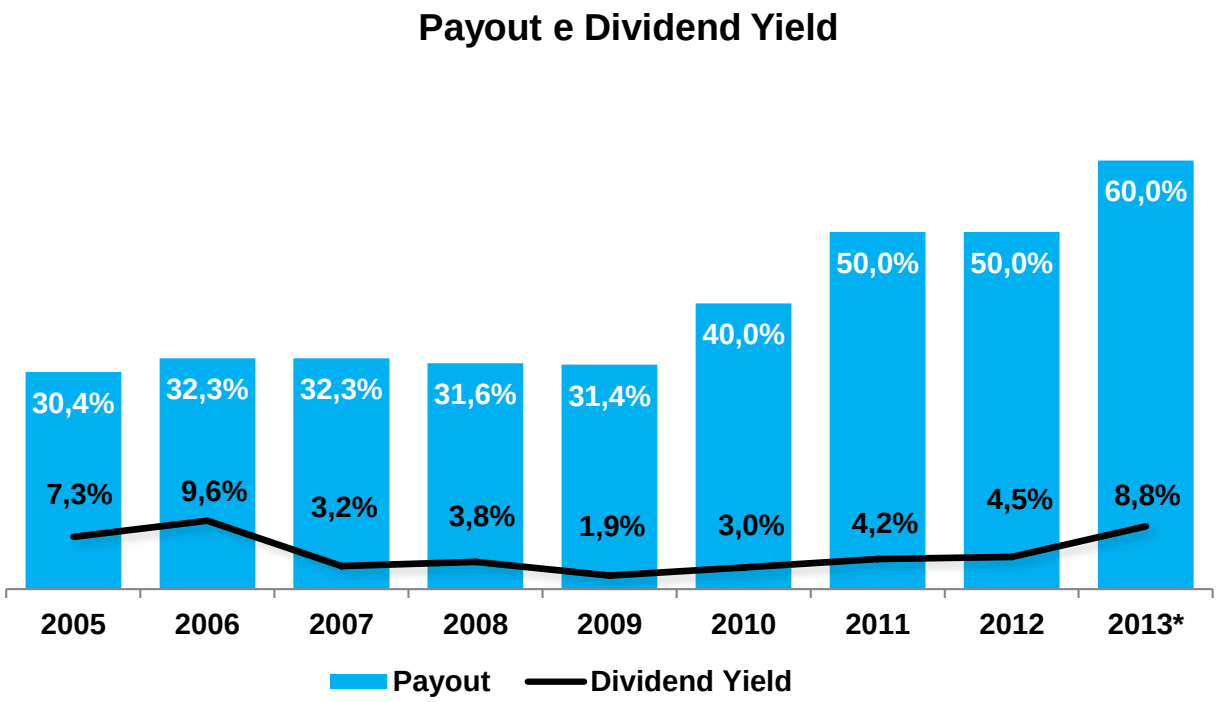
Fonte: SUSEP

O ROAE médio dos últimos cinco anos foi de 17,7% - o crescimento do lucro tem sido consistente nos negócios de seguro e não seguro (CAGR 22%)



Fonte: Porto Seguro

O payout vem crescendo desde 2005 – aproximadamente R$ 850 milhões em dividendos foram pagos aos acionistas em 2013



PBV (30/12/2014)	1,6
P/E (30/12/2014)	11,2

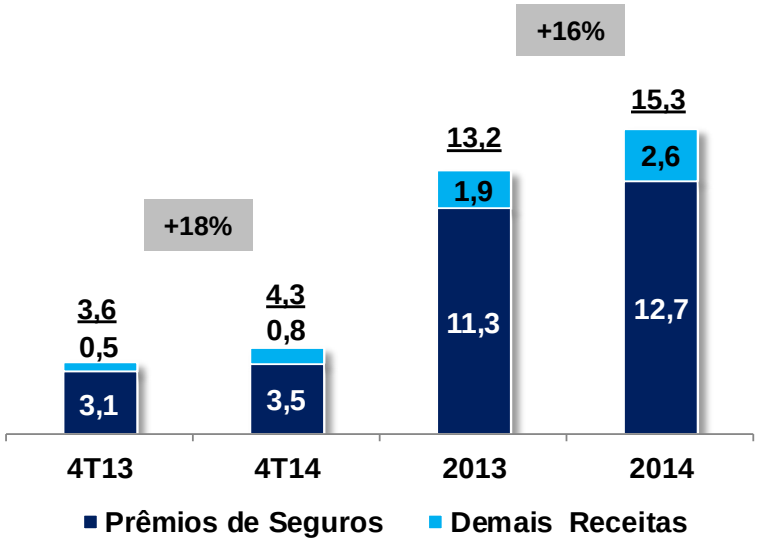
*Em 2013 obtivemos um ganho não recorrente referente a causa tributária Cofins das empresas Porto Cia e Porto Vida Previdência no valor de R$ 702 milhões, líquidos de impostos, participação nos resultados e honorários de advogados. Esse valor vinha sendo provisionado pela Companhia desde 1999 e foi revertido no 4T13. Esse evento aumentou o payout de 50% para 60%



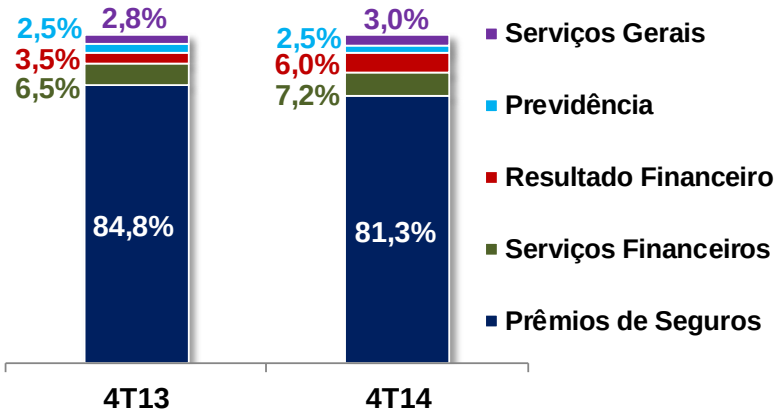
Resultados Recentes – 4T14 e 2014

No 4T14 a receita total aumentou 18% e os prêmios cresceram 14% - ressaltamos o crescimento do produto de automóvel da Azul Seguros, com crescimento superior a 30%, e dos produtos patrimoniais, que evoluíram 24%

Receita Total (R$ Bilhões)



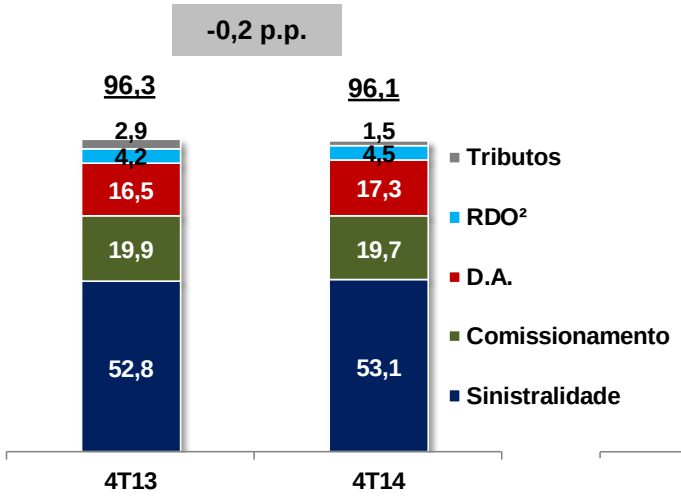
Distribuição Receita Total



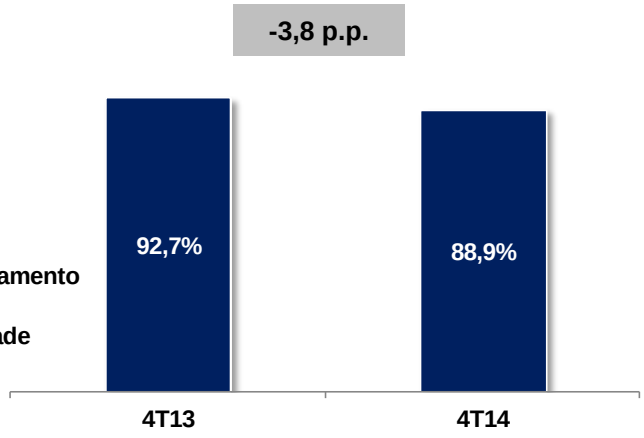
Resultado da Operação - Seguros

O índice combinado reduziu influenciado pelo menor índice de tributos - a sinistralidade total aumentou levemente em 0,3 p.p., reflexo principalmente do aumento na sinistralidade do produto de automóvel da marca Porto Seguro

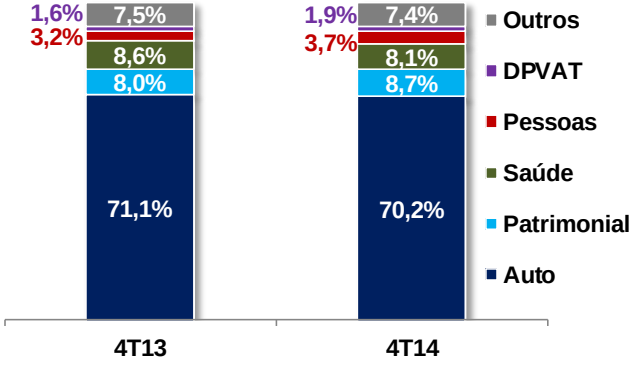
Índice Combinado[1] (%)



Índice Combinado Ampliado[1] (%)



Distribuição de Prêmios (%)



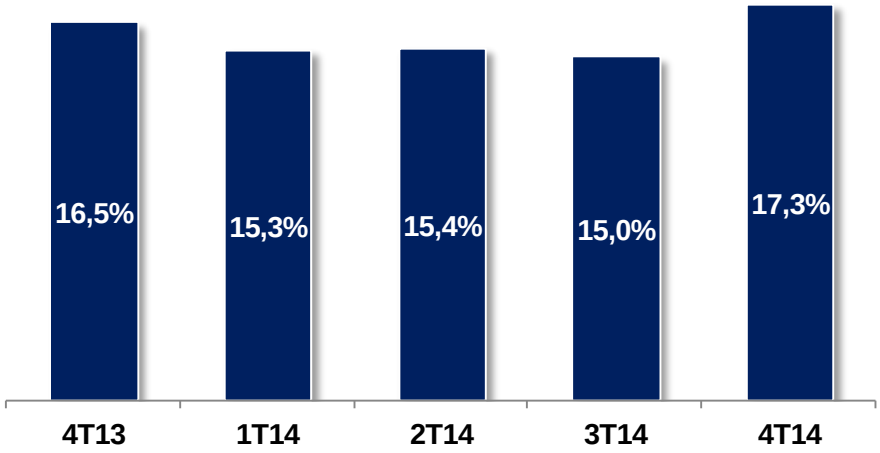
[1] No comparativo trimestral e anual não está sendo considerado o ganho da causa tributária COFINS em 2013 (apenas o resultados recorrente)

[2] RDO = Outras Receitas Operacionais – Outras Despesas Operacionais

Despesas Administrativas - Seguros

O índice de D.A. aumentou 0,8 p.p. no 4T14, explicado essencialmente pelas maiores despesas de informática – no ano o índice de D.A. permaneceu praticamente estável, atingindo 15,8% (+0,1 p.p. vs. 2013)

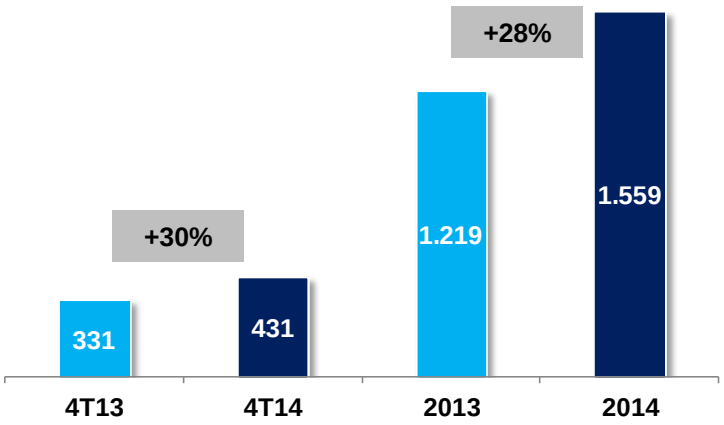
Índice de Despesas Administrativas de Seguros



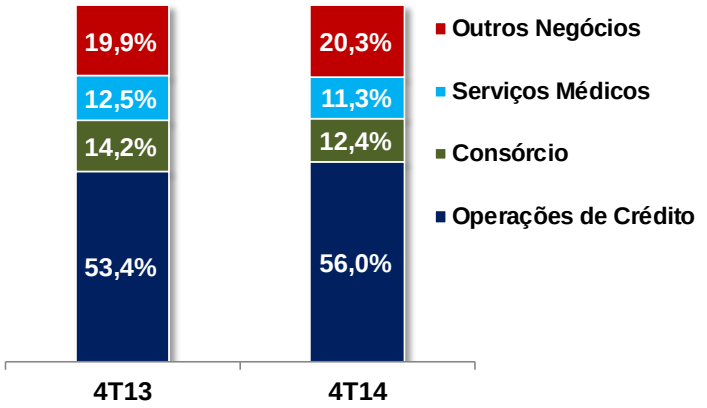
Resultado da Operação
Empresas Financeiras e de Serviços

As receitas das empresas financeiras e de serviços cresceram 30% no trimestre, impulsionadas em grande parte pela evolução das operações de crédito - o ROAE consolidado atingiu 29,1%, um aumento de 4,6 p.p., mesmo considerando os negócios em start-up

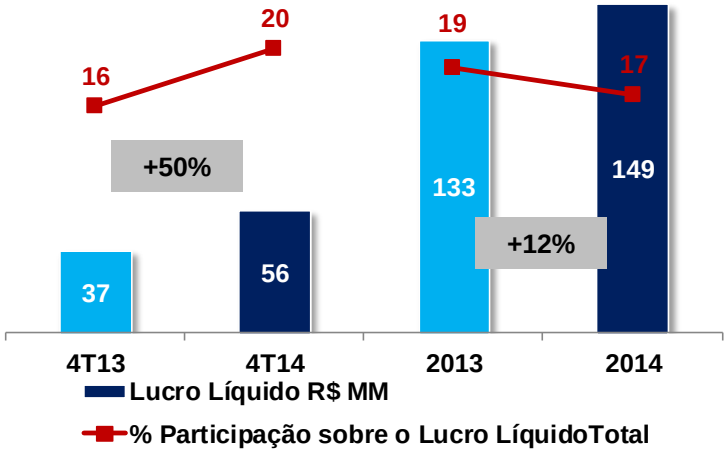
Receitas Totais (R$ Milhões)



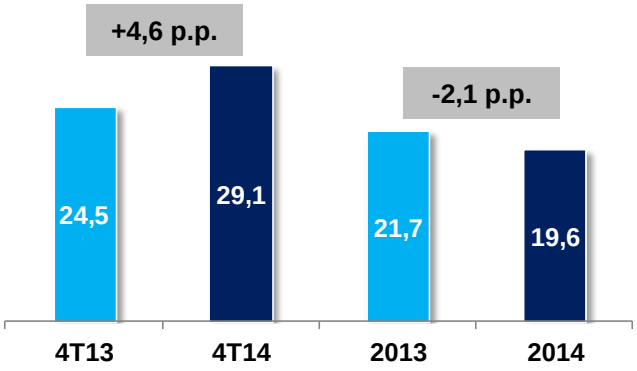
Distribuição de Receitas (%)



Lucro Líquido*



ROAE* (%)

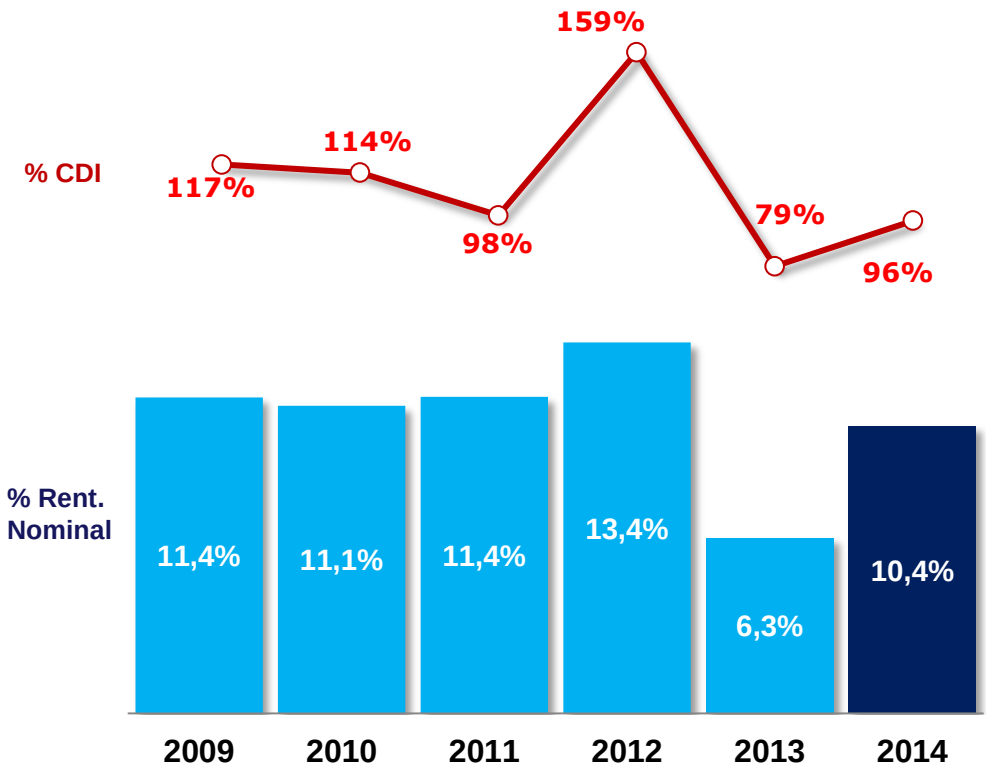


* Em relação ao lucro líquido total da Porto Seguro S.A (sem business combination)

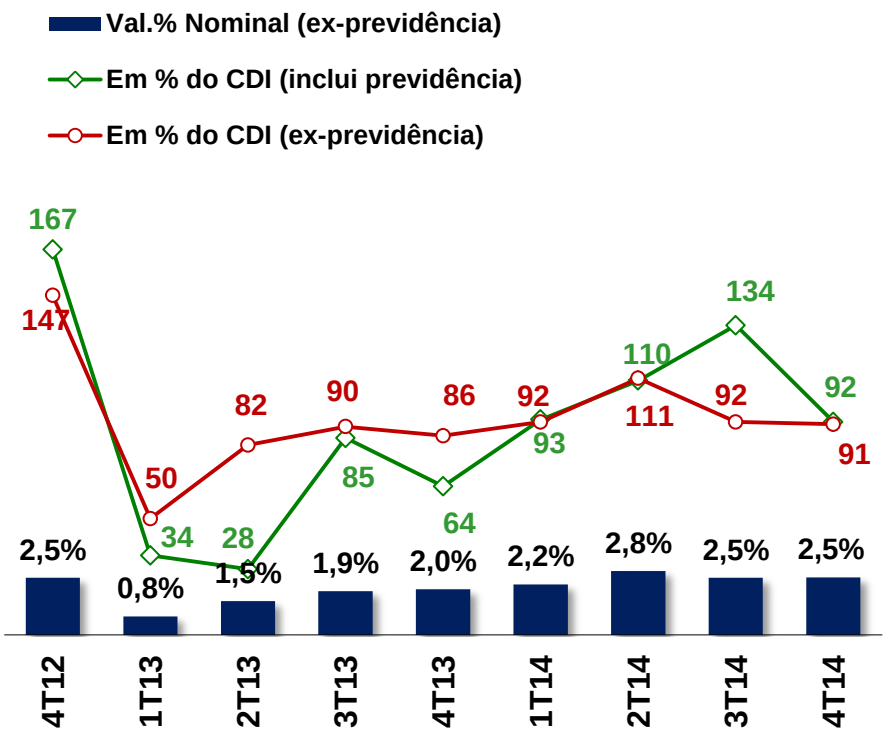
Resultado das Aplicações Financeiras
Rentabilidade

O resultado financeiro[1] aumentou 105% favorecido por um CDI maior no período (+11% vs. 4T13), porém foi impactado pelo desempenho das aplicações em renda variável – a rentabilidade ex-previdência atingiu 2,50% (91% do CDI) no 4T14 e 10,36% (96% do CDI) em 2014

Evolução da Rentabilidade – Anual
(Total de Ativos, excluindo Previdência)



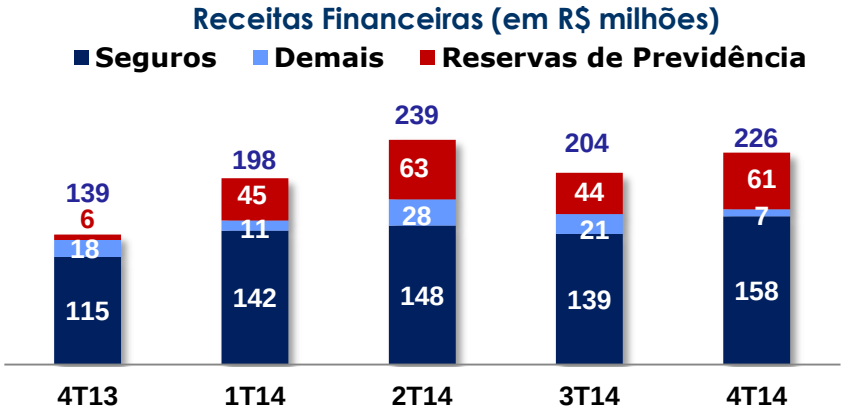
Evolução da Rentabilidade - Trimestral

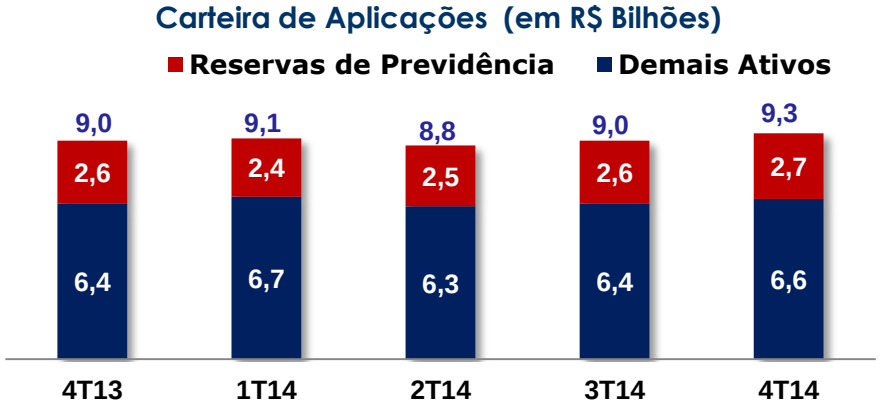


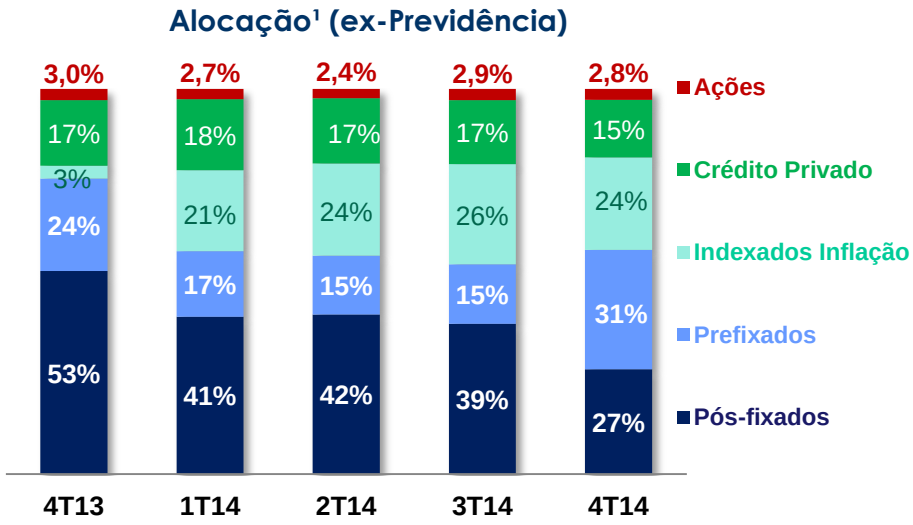
[1] No comparativo trimestral e anual não está sendo considerado o ganho da causa tributária COFINS em 2013 (apenas os resultados recorrentes)

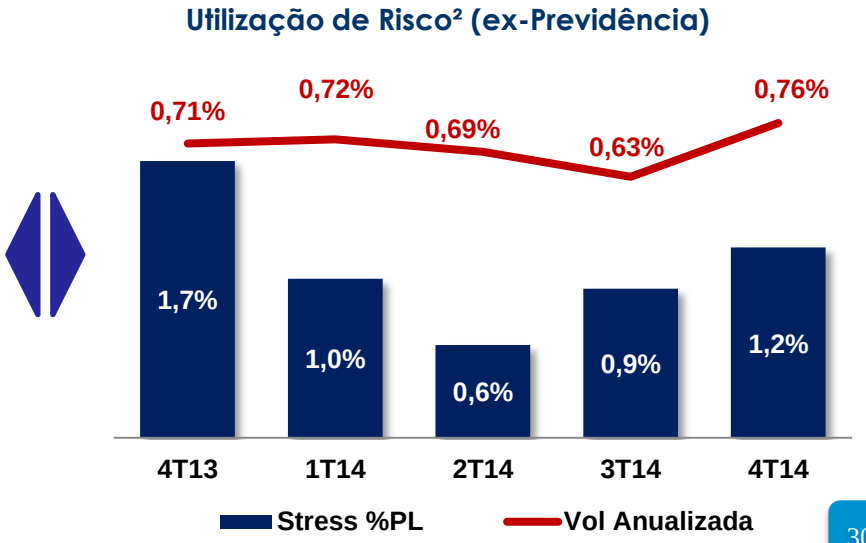
Resultado das Aplicações Financeiras
Alocação e Risco

A carteira total de aplicações financeiras atingiu R$ 9,3 Bi no 4T14, produzindo uma receita de aplicações de R$ 226 MM. Excluindo as reservas de previdência, a carteira de aplicações financeiras de R$ 6,6 Bi produziu uma receita de R$ 165 MM









¹ *Inclui exposição em operações no mercado futuro*

² *Cenários estipulados pela BM&FBOVESPA, considera* o PL Médio do trimestre de R$ 6.4 Bi

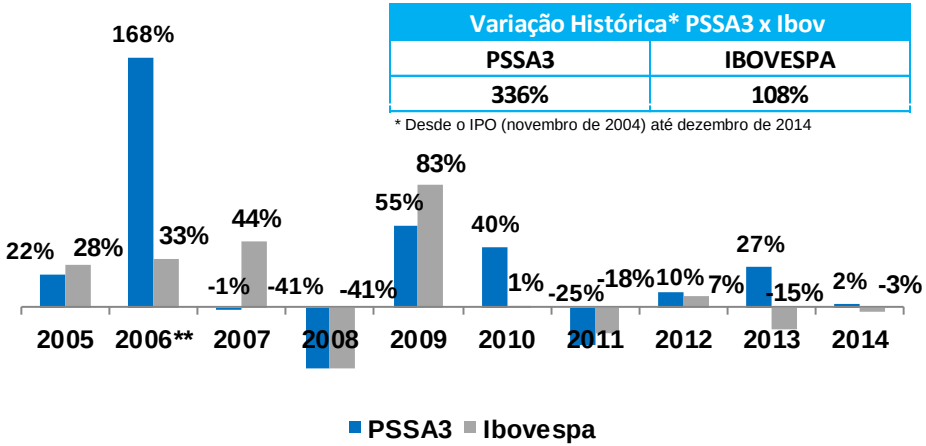
Desempenho da Ação

Desde o IPO a valorização das ações da Companhia é superior a do Ibovespa com aumento significativo de sua liquidez

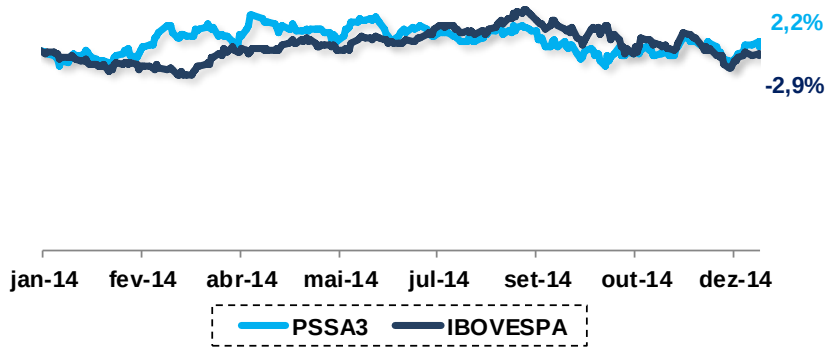
Variação Anual (com base no ano imediatamente anterior)

Variação Histórica* PSSA3 x Ibov	
PSSA3	IBOVESPA
336%	108%

* Desde o IPO (novembro de 2004) até dezembro de 2014

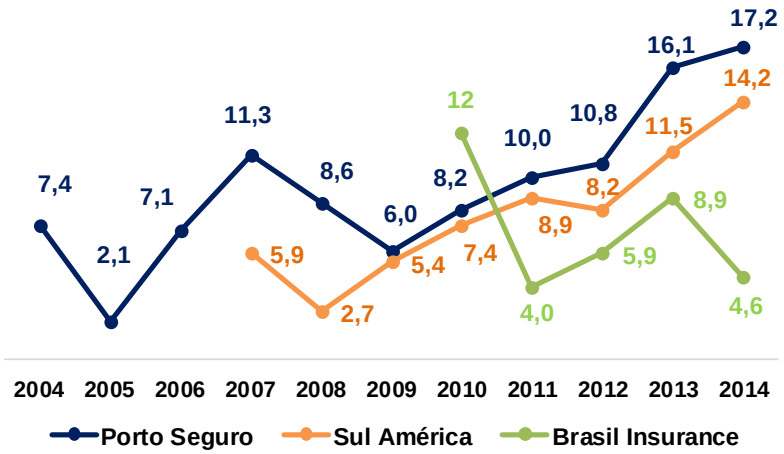


Desempenho PSSA3 vs. IBOVESPA (Variação em 1 ano)



**Além dos bons resultados de 2006, destacamos a Oferta Secundária ocorrida nesse mesmo ano, a venda da carteira individual de saúde para a Amil e o ganho de causa tributária relativo ao PIS e COFINS justificam a grande valorização no preço das ações nesse ano.

Volume Diário Médio (R$ milhões)



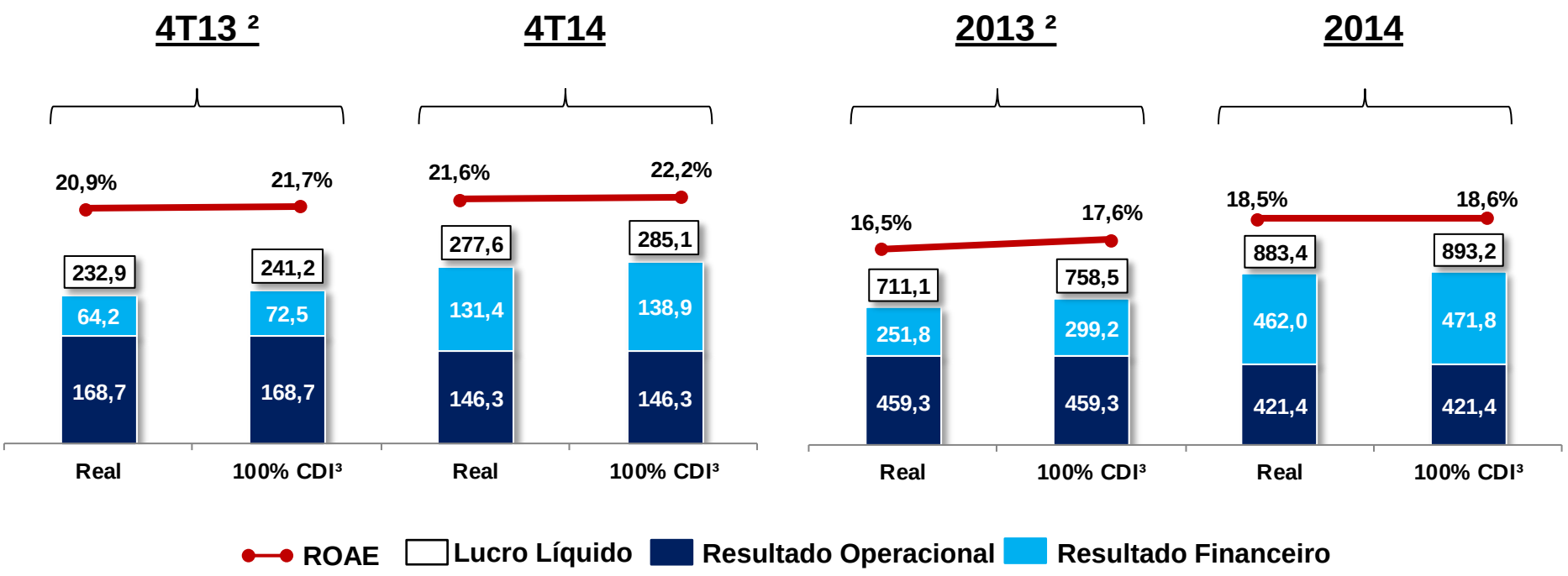
Variação Anual no Preço da Ação (%)

Variação	14 *vs* 13	14 *vs* 11	14 *vs* 07	14 *vs* 04
Porto (%)	2	43	38	336
Sula (%)	-13	6	59	-
Brasil Insurance (%)	-81	-80	-	-

Resultado e ROAE

A rentabilidade da Empresa melhorou, gerando um lucro líquido de R$ 278 MM (+19%) no 4T14 e R$ 883 MM (+24%) em 2014 e um ROAE de 21,4% (+0,5 p.p.) no trimestre e 17,2% (+0,7 p.p.) no ano

Resultado[1] (R$ milhões) **e ROAE**[1]



[1] Considera todos os negócios da Companhia, seguros e não seguros (sem business combination), líquido de impostos

[2] Não considerada o ganho da causa tributária COFINS em 2013 (apenas o resultados recorrente)

[3] Resultado proforma considerando retorno sobre as aplicações de 100% do CDI (resultado neutro)*, sem considerar reservas de previdência do participante

* Entre 2010 e 2014, a rentabilidade média das aplicações financeiras totais (s/ previdência) da Empresa foi de 102% do CDI

Relações com Investidores

Alameda Barão de Piracicaba, 618, 11º andar, Campos Elíseos
01216-010 – São Paulo, SP
Telefones: (11) 2393-7090
(11) 2393-7092

Correio eletrônico: gri@portoseguro.com.br

www.portoseguro.com.br

PORTO SEGURO S.A.

