

‘Temos a inovação tecnológica das fintechs’, diz CEO do Porto Bank

[Link original](#)



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: Por João Sorima Neto — São Paulo

Com a oferta de contas digitais gratuitas para pessoas físicas já em andamento, o Porto Bank, unidade de negócios financeiros da Porto, busca acelerar seu crescimento. No primeiro semestre de 2025, a oferta da conta digital vai ser estendida também para empresas, o que deve abrir um leque ainda maior de negócios e receita, que apenas no terceiro trimestre de 2024 cresceu 24,1%, na comparação anual, atingindo R\$ 1,5 bilhão.

Em entrevista ao GLOBO, Marcos Loução, CEO do Porto Bank, conta como pretende acelerar o crescimento da instituição.

Como o Porto Bank se define? É banco digital? Fintech?

Temos a solidez de uma empresa com a marca Porto e, ao mesmo tempo, a inovação tecnológica das fintechs. Não temos planos de abrir escritórios, agências físicas. A gente consegue entender o cliente e oferecer soluções que realmente façam a diferença para ele.

Temos um aplicativo que tem muito mais funcionalidades quando a gente fala de cartão de crédito.

Fomos pioneiros em muitas coisas. Tivemos o primeiro cartão de crédito a fazer transação de pagamento por aproximação da América Latina e o primeiro cartão a permitir que o cliente pagasse a fatura com Pix, liberando o limite na hora.

Fomos o primeiro **consórcio** do Brasil a aceitar pagamento com cartão de crédito. E zeramos o IOF nas compras internacionais com nossos cartões de crédito.

Em relação ao IOF, por que não criaram uma conta global?

A gente podia ter feito uma conta global, como muitos fizeram. Mas o cliente quer administrar duas contas? Quer tirar o dinheiro da conta corrente e transformar em dólar? Depois ter que resgatar esse dinheiro e pagar taxa para lá e taxa para cá? Não. Ele usa o cartão de crédito, a gente devolve o IOF.

Ele acumula pontos e ainda tem a regularidade do pagamento na data de vencimento que está combinada. Ele administra a sua viagem.

Qual é o carro-chefe da Porto Bank em termos de produtos?

O cartão de crédito é o nosso carro-chefe. São mais de 3,3 milhões de cartões. Temos financiamento de veículos, crédito com garantia de veículos, crédito pessoal, que a gente libera para os clientes do cartão de crédito.

A característica dos produtos de crédito é que eles são sujeitos a efeitos macroeconômicos maiores, então em 2022, 2023, a gente sofreu mais com esses produtos. O bom resultado de 2024 vem da recuperação dos negócios de crédito.

Os bancos tiveram impacto na pandemia por causa de maior oferta de crédito e calote. Como foi para o Porto Bank?

Os bancos sofreram e houve um pulo de inadimplência. Foi provocado um pouco pela pandemia, mas por um excesso de crédito ao consumidor com cartão de crédito quando o país tinha taxa de juro de um dígito.

Teve um excesso de crédito para a mesma pessoa. Não era incomum você ter uma pessoa com três cartões, quatro cartões. E, em tese, cada limite de cartão já é maior que a renda. Nós temos uma carteira muito resiliente em produtos de crédito, mas mesmo assim nós sofremos.

Houve uma recalibragem na oferta de crédito? O Porto Bank também recalibrou?

Sim. Até a abertura de novas fintechs diminuiu, e incumbentes estão mais restritivos. No Portobank não foi diferente. Tomamos a decisão de ter produtos de crédito mais focados para o ecossistema da Porto. Para clientes que de alguma maneira a gente conhece.

Quais outros produtos compõem a receita?

A gente recebe um fee (taxa) para administrar o recurso do cliente. O **consórcio**, por exemplo. Somos líderes em **consórcio** para imóveis com carteira de R\$ 50 bilhões, mas temos **consórcio** de veículos. Temos capitalização diferente do que o mercado entende.

A nossa carteira de capitalização é também para garantia de aluguel. O cliente tem um recurso, e prefere deixá-lo num título, colateral do que o proprietário do imóvel pede como garantia. Tudo isso faz parte da receita.

A empresa já utiliza inteligência artificial?

Independentemente da inteligência artificial, trabalhamos muito com dados. çbvio que com a

inteligência artificial isso se potencializa. Já temos usado IA para acelerar nossos modelos e as nossas análises.

Temos testado o uso de IA para tornar mais produtiva a interação humana com o cliente. Criamos um canal exclusivo para nossos corretores, facilitando a resolução de problemas deles e de seus clientes.

A concorrência entre fintechs aumentou. E tem ainda os bancões. Como se diferenciar?

A concorrência é positiva para todos. Os bancões se mexem, melhora o atendimento. O cliente tem mais acesso à comparação. Quando vejo as fintechs, o cliente pode experimentar aquela conta que faz mais sentido. Cada um vai se segmentando. Nossa proposta de valor está muito clara.

Como é a conta digital que o banco está oferecendo?

A conta digital é importante para a complementariedade dos produtos. É estratégia para o ecossistema de produtos Porto. Fizemos o lançamento para um grupo de funcionários. Depois, abrimos aos nossos corretores. E começamos oferta seletiva para clientes do cartão de crédito.

Que operações é possível fazer?

É conta gratuita com mais de 95% das funções utilizadas no dia a dia, como pagamento de contas, Pix, e facilidade de interações com nossos negócios. É uma conta que organiza toda a gestão dos clientes. E tem um universo ainda não explorado, o de pessoas jurídicas.

Vai ter esse produto?

Estamos desenvolvendo e vai ser para o primeiro semestre de 2025. A conta pessoa jurídica nos habilita a falar de antecipações de recebíveis, antecipações de aluguel. É uma possibilidade de receitas interessante.

Será aberta para PJs em geral, mas obviamente que para aqueles prestadores, corretores, parceiros nossos, fica mais direta a associação.

Onde mais busca crescer?

Temos feito crédito com garantia de veículos e buscamos crescimento forte desse produto. Nos nove meses de 2024, crescemos 20% no segmento. Muitas pessoas precisam de um recurso mais barato do que um cheque especial ou de um cartão de crédito para quitar algo, fazer reforma, viagem.

Ele coloca o carro dele em garantia, e tem acesso a uma taxa de juros menor. Nossa contratação tem sido pelos nossos aplicativos e é 100% digital. Os outros bancos têm o produto, mas o que nos diferencia é a jornada digital.

Com juro subindo, o que dá para esperar do crédito este ano?

Nosso produto de crédito está focado para o nosso ecossistema. Nossa inadimplência, dos produtos comparáveis com outros bancos, está abaixo do mercado. Então por mais que tenhamos juro mais alto, nossa carteira está um pouco mais protegida. Não vejo a necessidade de uma restrição adicional. Talvez o mercado vá ficar um pouquinho mais restritivo a crédito.

Assuntos e Palavras-Chave: ABAC - Consórcio