

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 1T22
Qualicorp (QUAL3 BZ)
11 de maio de 2022



Operador:

Bom dia senhoras e senhores e obrigado por aguardarem. Sejam bem vindos ao webcast da Quali para discussão dos resultados do 1T22. Estão presentes hoje conosco o Sr. Bruno Blatt, Presidente da Companhia, o Sr. Fred Oldani, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores, e o Sr. Elton Carlucci, Vice-Presidente Comercial, Inovação e Novos Negócios.

Algumas afirmações neste webcast podem ser projeções ou afirmações sobre expectativas futuras. Tais afirmações estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos, e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem, ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, podendo ser acessado no endereço: ri.qualicorp.com.br, onde se encontra disponível a respectiva apresentação.

Informamos também que este evento será gravado e que os participantes ouvirão o webcast durante a apresentação da empresa e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Bruno Blatt, que fará a abertura da apresentação. Por favor, Sr. Bruno, pode prosseguir.

Bruno Blatt:

Bom dia a todos. Faz pouco mais de 40 dias que eu estive aqui apresentando o resultado do ano de 2021, e hoje estamos juntos novamente para compartilhar os nossos resultados, as nossas realizações e a nossa evolução.

Estou vindo de um grande evento na Bahia, com mais de mil corretores e parceiros de todo o Brasil. Esse evento, após dois anos de pandemia, serviu para celebrar as nossas conquistas comerciais.

Mudamos de patamar, assumimos uma Companhia que vendia em média 300 mil vidas no ano e que hoje é capaz de vender mais de meio milhão de vidas. Como foi bom ver os campeões de vendas de 2021 do nosso programa Tamo Junto Corretor celebrando o maior número de vendas de toda a história da Companhia.

Foram dias de celebração, sim, mas foram dias de muito trabalho para garantir que o ano de 2022 seja tão marcante quanto o de 2021, com mais entrega de tudo o que estamos fazendo aqui na Quali.

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 1T22
Qualicorp (QUAL3 BZ)
11 de maio de 2022



O mês de abril foi um mês de reencontro. Finalmente voltamos ao escritório, depois de dois anos de trabalho remoto durante a pandemia, os Qualis voltaram a viver a convivência do dia a dia.

A nossa sede de São Paulo mudou para a Avenida Paulista, símbolo da cidade. Fizemos também a nova entrega, o novo escritório no Centro Histórico, batizado de Quality. O espaço fica em um edifício icônico de 1897, na Rua 15 de Novembro, marco simbólico do berço das atividades tanto da Companhia, quanto dos corretores de planos de saúde.

O prédio, que foi totalmente reformado e restaurado, serve de coworking para os colaboradores da Quali, e como um ponto de relacionamento com o canal corretor que nos ajuda a trocarmos *insights* e percepções com nossos parceiros sobre produtos, campanhas, mercado, enfim, fortalecendo nosso principal objetivo que é vender.

No Rio de Janeiro, praça fundamental para nossa Companhia, inauguramos o Qualistage, que é o antigo Metropolitan, espaço de grandes celebrações culturais da capital carioca. Tudo isso vai ao encontro do fortalecimento da nossa marca e também da aproximação cada vez maior com o nosso mercado consumidor.

Nessa mesma linha, lançamos o Qualiclass, mais uma nova proposta do nosso espírito de inovação e da nossa vocação em cuidar de vidas. A Qualiclass é muito mais do que um serviço de *concierge* em saúde, é uma gestão de saúde com qualidade, por meio de acompanhamento personalizado, integrado e multidisciplinar aos nossos clientes.

É um olhar individualizado e contínuo, um aliado para oferecer mais chances de cura e melhor qualidade de vida aos pacientes que tenham esse serviço. Quality, Qualistage, Qualiclass, Qualiviva, Qualistore, Qualiseguros, Qualivendas. Não são apenas siglas, são entregas, são conceitos transformados em realidade.

Por isso, falo de uma Companhia cada vez mais sólida, que trabalha com a visão de futuro, que canaliza mercado, que sabe onde quer chegar.

Cada entrega exige um planejamento, o time integrado, coeso, liderado na direção de fazer o correto para os nossos acionistas, para os nossos funcionários, para os nossos clientes. Pensar a curto prazo é desconsiderar a importância do nosso negócio e das suas gigantes possibilidades.

Nunca é demais lembrar que um dos maiores sonhos de todo brasileiro é ter plano de saúde. E nós estamos aqui para isso. A crise que estamos vivendo no mundo e no Brasil, e que não é novidade para nenhum de vocês, é um dificultador para qualquer Companhia, inclusive para a nossa.

A volta da inflação, aumento do desemprego, inadimplência e os juros em patamares tão elevados formam um cenário adverso, somados a uma guerra que preocupa todo o mundo. E

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 1T22
Qualicorp (QUAL3 BZ)
11 de maio de 2022



uma pandemia que ainda não terminou. Vejo complicadores no novo *lockdown* da China. Não podemos deixar um minuto sequer de olhar e tentar compreender o mundo que estamos vivendo.

Esse cenário ainda nos impacta com um número expressivo de cancelamentos. Entretanto, todas as entregas que temos feito, mais o acompanhamento caso a caso, começa a dar resultados. Aqui não desistimos de ninguém.

Tivemos nesse 1T22 uma redução nos cancelamentos de 12,7% em relação ao ano anterior e 16,9% sobre o 4T21, trazendo o *churn* para o menor nível dos últimos cinco trimestres. E ainda não estamos satisfeitos. Olhamos isso diariamente para melhorarmos e temos convicção de que estamos no caminho certo.

Já nas vendas, tivemos adições brutas de 115.200 vidas, respeitando a sazonalidade típica do trimestre e refletindo os desafios da ômicron no início do ano, mas ainda assim apresentaram crescimento de 15% sobre o 1T21. Desse modo, seguimos convergindo para o nosso objetivo de apresentar crescimento orgânico em nossa carteira de adesão.

Pensando no nosso pilar de crescimento, continuamos a nossa estratégia de expandir o nosso portfólio de operadoras. Desde o início desta gestão, adicionamos 67 novas operadoras ao nosso portfólio e nesse começo de ano já firmamos novas parcerias em diversos praças do país.

Quero destacar aqui a Unimed Guarulhos, Sulmed em Porto Alegre, Hapmed de Santa Catarina, e São Cristóvão, na cidade de São Paulo, além da expansão de ofertas de novos produtos nas atuais operadoras parceiras.

E quando vejo uma Companhia capaz de fazer essas entregas sendo mais leve, mais aberta à diversidade, mais ética, mais feliz, eu agradeço o time que fomos capazes de formar e a imagem que fomos capazes de construir em um país tão carente de exemplos corretos.

O time que transformou uma Companhia que hoje é multi produto, multi canal, uma plataforma pronta para garantir uma empresa maior e melhor. Parabéns Qualis! Inclusive temos neste momento mais de 200 Qualis ouvindo esse *call* de resultados, o que só reforça o engajamento e a paixão pela nossa Companhia.

Sabemos que os ventos que trouxeram tantos problemas para o mundo e para o país nos últimos dois anos, são capazes de trazer tempos melhores. Já estamos prontos para esses tempos também, para crescer de forma sustentável em qualquer cenário. Esse foi e sempre será o grande foco dessa gestão.

Agradeço a confiança e deixo os detalhes ao nosso Vice Presidente, Elton Carluci.

Elton Carluci:

Olá, bom dia a todos. Obrigado Bruno, como sempre, é um prazer estar com todos vocês em mais um *call* de resultados. Agora nós vamos falar dos números do nosso 1T22.

E indo direto para os números, eu gostaria que todos fossem para o slide 15. É onde eu vou iniciar sobre um ponto importante que já está impactando positivamente o nosso custo de aquisição de clientes, nosso CAC, que é a nossa parceria com a Escale.

Como todos podem observar, ou vão poder observar, ou já olharam os nossos números, nós viemos apresentando uma redução no custo neste ano, no 1T22. E ele é fruto, basicamente, do ganho de sinergia, redução em custos com *trade* e marketing.

Nós tivemos um incremento importante na quantidade e na qualidade de *leads* para atender toda nossa área comercial e, conseqüentemente, com uma redução de custo que basicamente foram obtidos por ganho de toda essa eficiência operacional, pela consolidação de contratos. Nós tínhamos vários contratos, nós consolidamos e hoje são geridos pela Escale.

E uma gestão mais focada no *lead*, com um aspecto de olhar sempre a conversão. Então, hoje, todo o nosso modelo de remuneração é baseado em conversão, em custo por aquisição e não por custo de geração de *lead*.

E aí, fazendo um gancho, acho que eu já vou destacar aqui, eu acho que a maioria já deve ter notado, que foi uma redução nos valores de CAC que foram ativados, que estão ali no intangível. O Fred vai abordar, mas eu já queria antecipar aqui, que ali mais ou menos na ordem de 30%.

Mas cabe ressaltar que esse patamar ainda vai se estabilizar. Então essa redução vai estabilizar em um patamar um pouco superior a esse, em função do diferimento. Então vai demorar aí, eu diria mais uns dois trimestres, lá pelo 3T esse número vai estar normalizado e nós vamos ter o CAC no patamar que nós já planejamos aqui para o ano. Enfim, já tirando essa questão do diferimento do pagamento.

Indo para o próximo slide, vou falar um pouco de vendas brutas do segmento adesão. O Bruno já antecipou o número, o crescimento de 15% ano sobre ano.

Acho que é importante destacar que nós alcançamos esse número, esse patamar, mesmo considerando o impacto da ômicron, de dezembro e janeiro, isso teve um impacto no nosso time de vendas como um todo, assim como todo o Brasil, e o mundo foi impactado pela ômicron. Nós sofremos um pouco, mas mesmo assim nós conseguimos entregar o número dentro daquilo que nós imaginamos.

E também dando um pouco mais de cor dentro desse número, nós já temos algum impacto da Elo, nós viemos acelerando o potencial de vendas das operadoras que vieram com essa

administradora e nós continuamos confiante em manter o patamar que nós atingimos no ano passado.

Os números de abril e maio já demonstram que nós estamos dentro do que nós havíamos planejado, mesmo considerando toda essa questão da revisão dos incentivos que nós fizemos.

E agora indo para o próximo tema, acho que é o tema *churn*, também já foi um pouco antecipado aqui, que é o slide 17, como nós atingimos o menor *churn* nos últimos cinco trimestres. O último *call* foi super recente, lá eu tinha comentado que nós havíamos observado uma normalização do cancelamento por solicitação, e a inadimplência continuava um pouco acima do patamar histórico.

Isso continua para esse trimestre, nós não vemos nenhuma mudança do cancelamento por solicitação. Ele continua seguindo os parâmetros de percentual sobre a base e correlação com reajustes, isso continua mantido do que era em relação ao patamar histórico, é claro, mas a inadimplência ainda continua um pouco acima.

E o que nós também acabamos vendo lá nas perdas com créditos incobráveis, nós vamos ver o PCI que está um pouco acima em função da inadimplência, que ainda continua pesando um pouco aqui, enfim, dentro dos números.

E nós continuamos fazendo muita pesquisa em cima dos cancelados, especialmente por inadimplência, que esse é o eixo da Companhia e nós, enfim, todos os esforços para endereçar esse ponto.

E o que nós notamos em todas as pesquisas é realmente o peso do macro, a perda de renda, inflação, vem pesando bastante no bolso dos nossos clientes e vem pressionando um pouco a inadimplência.

Nós também estamos lançando mão de algumas estratégias para tentar diminuir esse impacto, revisando os prazos que nós tínhamos de parcelamento para inadimplente, alguns descontos para quem já cancelou por inadimplência e deseja voltar para a Qualicorp, nós estamos bem flexíveis nisso, mas o fator macro ainda continua pesando.

E um ponto também importante, acho que vale a pena já destacar aqui, talvez seja uma provável pergunta no nosso Q&A, que é sobre o reajuste. Nós havíamos comentado que nós já vínhamos observando para o 1T negociações entre 12% e 15%. Então o 1T ficou nesse patamar para alguns contratos que foram negociados nesse período.

Agora, para a grande maioria da carteira, que tem o reajuste lá em julho, nós viemos observando aqui um patamar que está mais ali para 19, 20, muito próximo dos reajustes dos de PME dos nossos parceiros. Quando eu olho ali é o *pool* de PME de um parceiro nosso de adesão, as negociações estão mais ou menos nesse patamar.

E agora, antes de passar para o Fred, só comentar rápido, a nossa performance de PME. Enfim, nada mudou. Nós vemos um crescimento expressivo de 37% em relação ao ano anterior. É um canal que vem performando, o 1T teve um pouco de ômicron, conforme o adesão. Mas o número do 2T, nós já estamos vendo do 1T também, que está super em linha com o que nós planejamos para o ano.

Então acho que é isso. E eu vou agora. Agradeço a todos pela atenção. Certamente eu volto lá no Q&A, e vou passar a bola aqui para o Fred. Obrigado a todos, até já.

Fred Oldani:

Obrigado Elton. Bom dia a todos. Vou começar no slide 20, comentando os destaques do resultado do trimestre. Bom, em relação ao portfólio, acho que já foi bastante comentado, tanto pelo Bruno quanto pelo Elton, o desempenho no trimestre.

Mas aqui eu acho que vale a pena reforçar que os números do 1T mostram que nós seguimos convergindo para o nosso objetivo de chegar no *net adds* orgânico, positivo na nossa operação. Nós vemos isso tanto pela redução nos cancelamentos que segue acontecendo.

Nós vimos uma melhora sequencial ainda em níveis superiores, a qual nós acreditamos, mas o que nós já vemos claramente é a tendência apontando para uma normalização dos cancelamentos à medida que nós atingimos já, como tanto o Elton quanto o Bruno comentaram, um novo patamar de vendas, o que deve ao longo dos próximos trimestres, nos levar para esse nosso objetivo de virar o *net adds* orgânico da Companhia.

Em relação ao desempenho da receita, nós tivemos uma pequena queda, tanto na comparação anual quanto na comparação com o trimestre imediatamente anterior, aqui enfim, esse efeito é totalmente associado ao desempenho do portfólio, e há também o movimento de *trade down* que nós vemos na média do portfólio, o que acaba impactando, gerando essa pequena contração de receita nesse trimestre.

Nosso EBITDA atingiu 252,8 milhões. Aqui nós vamos comentar também um pouco mais de detalhe. Apesar da queda na receita, o trabalho feito em gestão de custo e despesa, ao longo do ano passado, conseguiu gerar uma pequena expansão de margem na comparação sequencial, onde nossa margem EBITDA atingiu 50,3% versus 50% em relação ao trimestre imediatamente anterior, mostrando aí o quanto tem sido importante esses esforços na gestão de custo despesa.

Dado um cenário com um nível de inflação de dois dígitos e com pressões de custo em praticamente todas as linhas. Nós temos feito um trabalho muito bom de conseguir segurar a despesa.

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 1T22
Qualicorp (QUAL3 BZ)
11 de maio de 2022



Em relação ao lucro, nosso lucro líquido foi de 74,1 milhões. Aqui nós temos um crescimento importante em relação ao 4T do ano passado, onde tiveram uma série de efeitos não recorrentes que prejudicaram o lucro naquele trimestre.

Mas aqui também vale a pena comentar o impacto negativo do aumento da despesa financeira, dado o cenário de juros, principalmente quando você olha em relação ao ano passado, nós tínhamos um juros muito baixo, hoje nós já estamos com um patamar de mais dois dígitos, o que deve continuar pressionando o lucro ao longo dos próximos trimestres.

Nossa dívida líquida ficou em 1,4 milhões, uma queda de 7,7% em relação ao trimestre imediatamente anterior, com uma alavancagem de pouco menos de 1,4 vezes *Net Debt* EBITDA. Nosso fluxo de caixa atingiu 66,4 milhões, uma pequena retração em relação ao 4T do ano passado. Nós vamos comentar nos slides seguintes.

Indo para o próximo slide, vamos passar os principais *highlights* do resultado. Como eu comentei, nós tivemos essa pequena queda de receita com uma pequena expansão de margem EBITDA, dado o bom desempenho de custo e despesa. Hoje em dia nós conseguimos ver a queda no total de COGS e SG&A, tanto em relação ao ano passado, quanto em relação ao 4T, um desempenho bastante importante.

Aqui também, associado a economia em diversas linhas, algumas como a gestão de *leads* que passou para a Escala, que teve um impacto importante, mas também em outras linhas, como serviços de terceiros. Enfim, é um trabalho pessoal também, ou seja, um trabalho feito pela administração ao longo do final do ano passado para se adequar, adequar a estrutura a essa nova realidade que nós estamos vendo, de cenário macroeconômico.

Aqui também acho que vale a pena destacar o número de PCI até com créditos incobráveis nesse 1T, que ficou em 24,3 milhões. Aqui nós ainda enxergamos um excesso de inadimplência em relação ao que seria o esperado. Níveis normalizados, nós devíamos olhar essa conta mais perto de 20 baixo, talvez perto dos 21 bilhões. Mas o excesso ainda, de cancelamento por inadimplência é algo que ainda está gerando algum tipo de pressão dentro dessa linha.

Acho que as outras linhas, acho que eu acabei já comentando no slide inicial. Eu vou seguir para o próximo slide para comentar sobre o desempenho do fluxo de caixa.

Aqui, fluxo de caixa. A geração de caixa no trimestre foi impactada, acho que tem dois eventos que vale a pena comentar. A primeira é a redução, o condicionamento caixa, algo que nós viemos antecipando há vários trimestres, acho que desde a metade do ano passado nós comentamos que nós estávamos fazendo uma série de ajustes no nosso modelo de condicionamento, tanto no volume quanto na forma de pagamento.

Nós implementamos isso a partir de algum momento do 4T do ano passado e nós vínhamos comentando que a partir do 1T ia ficar mais claro, já no fluxo de caixa o efeito dessa mudança

de política. E aqui nós vemos que nós tivemos uma queda de 36% em relação ao 4T, o que demonstra o quanto nós conseguimos efetivamente implementar essa nova estratégia sem ter um impacto muito relevante em vendas.

Eu acho que esse é o principal ponto, que nós íamos fazer uma série de mudanças bastante cirúrgicas, embora no fluxo de caixa você ia ver um valor total na média. Mas isso aqui é uma série de ações pontuais, praça a praça, produto a produto, que acabaram nos levando para esse cenário de conseguir efetivamente começar a reduzir o condicionamento, sem ter um impacto importante no nosso desempenho de vendas.

Acho que uma segunda linha que vale a pena comentar também, é o capital de giro. Capital de giro são questões pontuais, diferenças temporárias em relação a contas a pagar e contas a receber com operadoras que não devem gerar nenhum tipo de preocupação porque costumam ter valores positivos e negativos, mas ao longo dos trimestres são contas que acabam se compensando.

Acho que outro ponto importante para comentar aqui também é em relação à aprovação que nós tivemos ontem pelo Conselho de Administração, onde nós fomos autorizados a fazer uma captação de até R\$1,7 bilhões, algo que deve acontecer ao longo desse 2T, para rolar dívidas que nós temos vencendo, tanto no final desse trimestre quanto ao longo do 3T também.

Hoje nós não podemos fornecer muito mais detalhes sobre essa operação, mas ao longo do 2T, quando a operação for efetivamente concretizada, nós devemos soltar uma outra comunicação, informando efetivamente do volume efetivamente rolado e das condições nessa operação.

Acho que era isso que nós tínhamos para comentar sobre o desempenho do 1T. Eu queria abrir agora para a sessão de perguntas e respostas. Obrigado.

Q&A

Leandro Bastos, Citibank:

Oi Pessoal. Bom dia. Obrigado. Do meu lado são dois pontos. A primeira sobre esse ajuste no modelo de incentivos, nós já vimos uma queda na parte de comissionamento de caixa no trimestre. São duas perguntas, na verdade, sobre o tema. A primeira, dado que já está rodando com essa nova estratégia há alguns meses se puderem dividir um pouco os feedbacks que vocês tiveram no canal, a reação dos principais parceiros, os corretores.

E até qual que é o nível normalizado desse comissionamento que nós devemos ver. Vocês comentaram que tem ainda um efeito de diferimento no número do trimestre, então à medida que ele se estabilize, nos próximos dois ou três trimestres, qual que deve ser mais ou menos um patamar dessa linha? Essa é uma primeira dúvida.

E a segunda, no ponto do reajuste. Só para confirmar se o comentário de um reajuste médio mais para casa de 19, 20, que vocês esperam para a carteira do meio do ano. E aí pegar um comentário de como vocês estão vendo o produto, a competitividade do produto versus o PME, que até teve reajuste anunciado recentemente, então um pouco, como vocês estão vendo o produto de afinidade vis a vis, o PME nas principais praças? É isso. Obrigado.

Elton Carluci:

Leandro. Bom dia. Obrigado pelas três perguntas. Vamos começar falando pela questão do incentivo. O Bruno antecipou, nós viemos de um evento importante de premiação dos nossos campeões de vendas, o nosso programa Tamo Junto, programa de fidelidade, e foi uma tangibilização de tudo que nós viemos fazendo.

Acredito que com base no feedback que nós recebemos, os nossos principais corretores, que são parceiros, que entendem a importância da fidelização do cliente, que entendem a importância da geração de carteira, eu diria que esse assunto para nós é um assunto que está superado. Enfim, nós não temos nenhum ruído nesse sentido, porque nós temos um portfólio mais amplo, nenhuma administradora tem o que nós temos aqui de produtos.

Enfim, acho que esse é um assunto que já está superado, até em função dos números e do patamar de vendas que nós observamos pós, tirando esse efeito sazonal/ômicon, vamos colocar dessa forma, que foi dezembro e janeiro, que impactou a venda de janeiro e fevereiro, porque nós vendemos sempre um mês antes da efetiva vigência. Mas com base nos números de abril e do que nós vemos aqui das prévias de fechamento de maio, esse é um assunto já superado.

Referente ao patamar, como nós tivemos aquela questão do diferimento e parcelamento, nós vamos notar algo estabilizando, claro que isso pode variar em função de *ticket* médio e de volume de vendas sempre pode variar, 5% para cima ou para baixo. Mas eu diria que está mais para 80 a 90 do que o número que transitou aí nesse trimestre. Pareceria que deveria ser um número normalizado e pode variar em cima desse *range* em função do comportamento do ticket médio, principalmente em função do mix.

Indo para o último ponto, que é reajuste. É isso, nós estamos vendo mais 19% e 20%, e as diferenças de preço na rua continuam as mesmas. Eu acho que independentemente do reajuste, a dinâmica de portfólio, geralmente as operadoras ajustam, então você pode lançar um produto novo, se quiser toda semana você pode ter uma grade nova, lógico que do ponto de vista operacional é complexo. Mas os portfólios já foram ajustados para manter essa diferença.

E, de fato, isso não muda muita a dinâmica, porque nós sabemos exatamente qual é o percentual da população que tem CNPJ, esse negócio é estável. Então, eu diria que a dinâmica de preço e a dinâmica comercial está mantida.

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 1T22
Qualicorp (QUAL3 BZ)
11 de maio de 2022



Nós não vemos nenhuma alteração nesse cenário em função dos reajustes, as tabelas vão refletir pós reajuste, basicamente, as diferenças de preços que eu tenho agora. Então, nós não vemos nenhum *issue* nesse sentido. Está bom Leandro.

Leandro Bastos:

Está ótimo Elton. Muito obrigado.

Pedro Lima, BTG Pactual:

Olá pessoal. Muito bom dia. Aqui do nosso lado, a pergunta é relacionada com o crescimento orgânico, relacionando principalmente com a variação de *churn*. Nós queríamos entender quais as estratégias que estão sendo implementadas para conseguir trazer esse nível para um pouco mais baixo.

E levando em conta que nós devemos ter um ano de reajuste bastante alto dos preços. Como que isso pode acabar impactando também o *churn* da Companhia, com relação aos cancelamentos pela alta dos preços? Se vocês puderem dividir um pouco conosco de como está esse pensamento para o resto do ano? Nós agradecemos. Obrigado.

Elton Carluci:

Fala Pedro. Bom dia. É o Elton de novo aqui. Eu vou começar, depois se o Fred quiser complementar, o próprio Bruno, eles fiquem à vontade para entrar. Mas vamos falar aqui do ponto, primeiro, do reajuste.

Acho que endereçando esse ponto, nós estamos olhando para o 2S mais na casa de 19, 20, que, só para lembrar, não foi a média de 37 do ano passado. Então isso faz bastante diferença.

Nós já rodamos nossos planejamentos aqui em um número que era um pouco menor do que esse. Mas, de fato, nós ainda acreditamos ser possível, dado o patamar de vendas e algumas ações que nós precisamos implementar ainda, do ponto de vista de vendas, que nós, enfim, estamos trabalhando com o cenário base de virar para positivo, então isso nós não mudamos ainda.

Isso na ponta do *gross adds*, ali na ponta do *churn*, que também é super importante, e para endereçar o ponto é o seguinte, a inadimplência ainda não está no patamar que deveria, ela vem convergindo lentamente, talvez demore um pouco mais, de onde ela provavelmente vai estabilizar, porque a notícia boa é que ela está acima, mas ela não estabilizou. Ela continua apresentando melhoras marginais a cada mês, então eu diria que essa é uma notícia boa, porque se ele tivesse estabilizado nós teríamos um pouco mais de dificuldade.

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 1T22
Qualicorp (QUAL3 BZ)
11 de maio de 2022



E nós também notamos algumas coisas que ajudam, por exemplo, o cancelamento precoce diminuiu, nós já notamos uma relação melhor de LTV CAC para essas últimas safras.

Então, no geral, no cômputo geral, eu diria que sim, os 20 traz um pouco mais de pressão no cancelamento do que eventualmente os 15, é claro, nós temos uma correlação, reajuste e cancelamento, então deve trazer um pouco mais de pressão. Mas nós também estamos lançando mão, não só na frente de *gross adds* para tentar compensar.

E está sendo bem flexível em algumas políticas para o cliente inadimplente, tanto é que uma parte da despesa financeira é um pouco mais de desconto para o cliente que topa voltar e mesmo em um produto mais barato nós parcelamos, enfim, tem algumas estratégias aqui para diminuir o impacto.

Então, nós acreditamos bastante que com isso vai ser possível mitigar essa diferença do reajuste e, a princípio, nós não estamos mudando o nosso cenário base, conforme o Fred já antecipou.

Pedro Lima:

Está ótimo. Obrigado, pessoal.

Vinícius Ribeiro, UBS:

Pessoal, bom dia. Obrigado por pegarem a pergunta. São duas aqui do nosso lado. Na verdade, a primeira é um *follow up* da primeira pergunta com relação ao comissionamento. E aí, tentando entender um pouco dessa questão do diferimento que vocês comentaram. Quando nós tentamos conciliar aquilo que foi constituído no balanço, dá exatamente o mesmo número do que foi no 1T21, que foi R\$72 milhões.

Então só para nós entendermos, primeiro, essa diferença do comissionamento do caixa e do comissionamento constituído no balanço, deveria ser mais ou menos nesse montante? E se nós comparamos esses dois montantes com aquilo que foi pago de comissão no ano passado, nós deveríamos esperar, ainda sim uma melhora ou deveria esperar algum nível de estabilidade, pensando no comentário do Elton sobre os 90 milhões?

E a segunda pergunta é sobre PDD. Acho que o Fred comentou bastante sobre a questão da Constituição, mas nós também vimos uma recuperação um pouco melhor do que nós tínhamos visto em alguns trimestres do ano passado.

Então, só para entender se teve alguma coisa específica aí, ou foi pontual, e nós não deveríamos esperar uma melhora mais na Constituição do que na recuperação? Obrigado pessoal.

Fred Oldani:

Fred aqui. Em relação ao comissionamento, assim é o caixa versus ativação, sempre pode ter alguma diferença entre os dois valores, sim, simplesmente, questão de *timing* entre apuração e pagamento. Normalmente, você faz isso dentro do mesmo mês, um trimestre ou outro você pode apurar e não pagar efetivamente tudo no mesmo mês, enfim, se alguma nota fiscal chega em atraso, coisas, questões nesse sentido.

Então, isso são questões pontuais, mas que não têm que ter nenhum tipo de expectativa se isso vai ser assim ou não. Pode ser. Esses valores deveriam convergir ao longo do tempo. Se tiver diferença, é temporal, alguma nota fiscal eventualmente que não chegou no tempo certo para pagar, nem tem para o próprio mês.

Em relação a estabilização, é o seguinte, eu acho que nenhum analista tem as informações suficientes para conseguir olhar para o nosso CAC desse 1T, e efetivamente entender qual o nível que nós estamos trabalhando, porque nós não diferimos.

O pagamento da 1/3/6 não vale, não é para 100% das comissões, enfim, nós temos aí pelo menos três, quatro, modelos distintos. E sem entender esse detalhamento, você não vai conseguir saber se o nível está mais alto ou mais baixo do que foi, contra qualquer um dos semestres do ano passado.

E é uma informação também, que por questão de estratégia nós não vamos dar o detalhamento correto, assim, dar abertura por que enfim, é uma ação extremamente sensível.

Mas o que nós podemos dizer aqui é que a partir do 3T vai ficar bem mais claro qual o *run-rate* que nós vamos estar trabalhando, que nós vamos estar trabalhando de vencimento de CAC na média. Antes disso, não vai ficar claro, e que, dado existe sim uma questão e no parcelamento, assim, o número *run-rate* ainda é maior do que os níveis atuais. Então não vai ser 65, 70 milhões.

Esse número deve estabilizar em um número mais alto, mais em linha com o direcionamento que nós temos dado, que é uma redução do CAC por vida em relação ao que nós tivemos aí no 2S do ano passado.

Essa estratégia permanece, nós seguimos dentro dessa mesma perspectiva. A questão é, como nós viemos antecipando bastante, não é simples de ver isso no resultado, vai demorar ainda pelo menos mais dois trimestres para vocês conseguirem ter uma visão mais clara e tentar fazer a conta. Hoje eu só digo que a chance de errar é 100%.

E desculpa, a segunda pergunta em relação à recuperação. O que acontece é que a recuperação desde o começo do ano ainda está associada às ações que nós fizemos de cobrança no final do ano passado. Nós fizemos uma série de ações de cobrança de recuperação que ainda tem um impacto.

Acredito que ainda no 2T talvez possa ter alguma coisa de recuperação, ainda, mas, o que nós esperamos é que com a normalização da inadimplência, do cancelamento por inadimplência, nós passemos a ter um nível de provisionamento mais baixo para nós, esse nível, algo mais para perto de 21, 22 milhões por trimestre, à medida que nós vejamos a inadimplência retornando para os patamares normalizados.

Vinicius Ribeiro:

Perfeito Fred. Obrigado pelas respostas.

Maurício Cepeda, Credit Suisse:

Oi Bruno, Elton, Fred, obrigado pelo espaço. Tenho algumas perguntas em complemento às anteriores. Voltando à questão do PME, eu entendi que as próprias operadoras têm uma diferença tática entre os preços de PME e os planos de adesão. Se pudesse talvez ilustrar qual a magnitude dessa diferença, o que eles mais ou menos buscam nisso?

E a segunda pergunta é sobre capital de giro. Eu vejo que teve um certo consumo de caixa em capital de giro que não estava exatamente nas contas mais operacionais de recebíveis ou o preço a repassar. Eu queria saber se pode ter alguma relação com essa tratativa dos inadimplentes, de parcelamento. O que de fato estaria por trás desse consumo de capital de giro? Muito obrigado.

Elton Carluci:

É o Elton. Eu vou começar com a parte mais comercial, depois o Fred entra na questão do consumo, do fluxo de caixa. Então, a diferença que nós vemos na rua, e que costuma ser mantida, e é uma política na maioria, não é uma regra geral, mas nós sempre observamos diferenças entre 20 e 30% entre adesão e PME.

Então, dependendo as vezes do mês, isso pode variar um pouco, porque nem sempre as trocas de portfólio acontecem simultaneamente. Então, às vezes, o adesão acaba ficando com uma diferença até menor, até menos que dez, mas isso é pontual, porque eventualmente tem uma troca de portfólio de PME e um reajuste de preço na rua, e o adesão, como tem que aditivar cada contrato para poder colocar o preço na rua.

Então, às vezes isso acaba demorando 30 dias, às vezes essa diferença cai. Você pode fazer uma pesquisa lá e ver que o adesão tem uma diferença de 10%, mas aquilo geralmente não é real, ele fica sempre orbitando aí nesse range, entre 20 e 30 com a maioria dos nossos parceiros.

Eu acho que é sempre importante destacar que nós temos aqui dentro do nosso DW, várias análises e nós temos sempre ali do nosso, foi até uma das mudanças que nós fizemos aqui na

própria estratégia de geração, captação de *leads*, é que na prática de cada, que eu recebo ali, de cada 10, vamos falar que dois, 2,5 tem CNPJ. O restante é elegível a uma adesão dentro da regra do jogo.

Claro que nós sabemos que tem aquelas questões, nós fazemos o CNPJ e depois fica inativo, não quero entrar no detalhe aqui, porque ele não deveria continuar a ser elegível a ter um PME, mas em linhas gerais o que nós vemos tanto na nossa base, que eu tenho. Enfim, nós temos aqui N estudos sobre isso, como do que entra, vou falar assim, no meu topo de funil.

Nós temos uma estratégia um pouco diferente de geração de leads, e depois, quando nós fazemos os devidos enriquecimentos, eu tenho a estatística do que de fato é elegível a um PME, e o que não é, e esse número continua meio que estável ali no meu topo de funil.

Então, basicamente é isso, diferença de preço e total de, vou falar assim, de *address* bom marketing para os produtos.

E aí eu vou passar agora para o Fred entrar com o segundo ponto. Para algum esclarecimento adicional aqui, me avisa que eu volto nesse ponto aqui depois.

Fred Oldani:

Esse tema em relação ao capital de giro, a questão de inadimplência, teve um aumento pequeno do capital de giro em relação a condição de ceder algo próximo de 13 milhões. Mas não é o principal fator influenciando caixa, mas ele tem, sim, um impacto pequeno no capital de giro.

O maior impacto é por volta de 35 milhões, que é em relação aos acertos de conta, de que não bate fatura, bate corretora com as operadoras, bate corretagem com as operadoras.

Normalmente, essas contas geram, sempre tem algum tipo de diferença, que isso é compensado ao longo de dois, três trimestres. E a hora que nós olhamos esse valor no 1T que foi por volta de 35 milhões, é o principal fator associado a essa piora no capital de giro, mas, como eu comentei, são coisas pontuais e que se normalizam ao longo de alguns trimestres.

Mauricio Cepeda:

Claríssimo. Obrigado Elton. Obrigado Fred.

Estela Strano, J.P. Morgan:

Oi. Bom dia pessoal. Obrigada por pegar a minha pergunta. Eu tenho duas aqui do meu lado. A primeira, como vocês estão vendo o efeito de retenção tendo em vista as novas iniciativas da empresa? E a segunda é, para quando vocês esperam o *churn* voltando a níveis históricos? Obrigado.

Elton Carluci:

Oi Estela. Bom dia para você. Do ponto de vista de retenção, nós implementamos bastante coisa, eu diria, tem uma *squad* gigante que lida com o tema fidelização. E, enfim, e onde tem uma série, eu diria, de centenas de coisas que foram testadas, testes ABs, etc. Coisas que fizeram muito sentido foram implementadas e outras que o teste não se mostrou tão efetivo e nós não continuamos com a iniciativa.

Pode dizer que aumentou a efetividade, porque hoje, dentro do *score* que nós temos aqui dos nossos clientes, da parte de clusterização nós priorizamos uma parte importante que nós entramos ali com o nosso time comercial atuando também nesse momento, nós temos todo um critério aqui para garantir que ele só atue de fato quando nós somos demandados, evitando que nós tenhamos ali um *down trade* auto gerado, então isso não acontece.

Então o time só atua de fato quando o cliente nos procura, ou quando tem algum indicador ali que ele transitou no *bot*, enfim, ou algum outro canal digital fez uma simulação, ou seja, está com fortes indícios de que ele pode cancelar. E aí, nós atuamos.

Então as ações estão sendo bem sucedidas, eu acho que é isso que nos ajudou a trazer o cancelamento por solicitação para o patamar que é muito próximo, é o patamar histórico, praticamente. Então, isso demonstra que as ações foram bem sucedidas, é claro que nós continuamos sempre olhando ali alternativas, à medida que entra uma nova operadora que nós não tínhamos no portfólio, ela passa a fazer parte do leque de ofertas.

Nós internamente, recentemente, lançamos dentro do nosso Qualitech, que é o nosso sistema de detalhe mais operacional. Mas hoje eu já tenho inteligência artificial atuando desde o N1, então, no call center, praticamente qualquer pessoa consegue hoje com um mínimo de treinamento, fazer uma operação de retenção porque é super intuitivo. Ele já tem as perguntas, ele já traz o *score* do cliente, já fala qual é o produto que você tem que oferecer, o que não adianta oferecer.

Então, não só do ponto de vista de processo, mas de tecnologia, nós praticamente avançamos em bastante coisa e hoje nós temos muito mais as *squads* trabalhando em teste AB de hipóteses, testando alguma coisa diferente e já fazendo um trabalho muito mais cirúrgico. Então para essa operadora aqui, vamos testar esse tipo de ação aqui. E para a operadora B, vamos testar outro e vamos comparar para ver de fato o que está funcionando, tudo mensurado com os indicadores. Então eu diria que é isso.

Continua sendo um desafio, e eu adoraria que nós tivéssemos inúmeros problemas operacionais impactando o nosso cancelamento, porque isso é mais fácil de resolver. Nós temos tecnologia e pessoas aqui que têm conhecimento da Companhia e do setor para fazer uma implementação muito rápido de qualquer processo.

Agora, de fato, eu tenho um peso macro importante, que é o que nós continuamos, que ele é referendado, um, pelo percentual do cancelamento por inadimplência. Dois, pela pesquisa que nós fazemos, que tem um grau de confiança elevadíssimo, a resposta é espontânea e nós fazemos alguns *double checks* para saber se, de fato, quem está declarando que está indo para o SUS, de fato está permanecendo no SUS depois de alguns meses.

E nós não estamos vendo esse indicador mudar. Então, ou seja, o Marco está pesando ainda. É claro que nós tentamos, nós temos todo o leque todo de portfólio, tem o *down trade*, nós conseguimos fazer a retenção dentro de casa, mas tem um nível ali que quando chega nele, eu não consigo atuar com um produto tradicional de saúde.

Então, esse hoje é o principal desafio, e é nele que hoje as *squads* estão trabalhando aqui para tentar reduzir o nível de inadimplência, para que nós possamos ver isso normalizado. Nós gostaríamos muito de entrar no principal trimestre, que é o 3T, onde tem um reajuste já com esse indicador normalizado, de inadimplência, dentro de um patamar que seja possível entregar o crescimento orgânico na Companhia.

Então esse é o nosso gol hoje, nós estamos acelerando tudo que for possível, nós não estamos poupando nenhum esforço para tentar diminuir esse patamar, até entrar no 3T, onde nós vamos sofrer um pouco mais de pressão, que usualmente nós já sofreremos, e também em função desses pontos adicionais aqui, desses *base points* adicionais de reajuste que certamente nós veremos aqui no percentual que eu já antecipei, mais ali na casa de 19 e 20. Eu acho que esse ponto aqui do meu lado é isso.

Ricardo Boiati, Banco Safra (via webcast):

O impacto da inflação atual nos reajustes futuros e a *affordability* dos planos? E a segunda pergunta é: Movimento de *trade down* está se acelerando? Quais as expectativas para o *ticket* médio?

Eltón Carluci:

O movimento de *trade down* se mantém estável em relação ao que nós já vínhamos performando no ano passado e basicamente ele é fruto das ações de retenção. Basicamente, alguém que iria para o mercado, ou cancelaria e compraria um outro produto, e nós estamos conseguindo manter ele dentro de dentro de casa, e o percentual está mantido. Nós não vemos uma variação muito grande do número de vidas que fazem *downgrade*, eu diria que esse patamar está estável.

E o percentual de redução de *ticket* também continua estável. Então, nós não temos uma alteração nem no número de *downgrades* em relação ao trimestre anterior e nem do percentual de redução do *ticket* de quem muda de produto.

Gustavo Tiseo, Bank of America:

Bom dia pessoal. Obrigado por pegar minha pergunta, são duas aqui do nosso lado. A primeira é um pouco para entender o acordo com a Senil Seguros Unimed. Se vocês fecharam um acordo há um tempo e nesse trimestre houve o pagamento de 40 milhões. Vocês poderiam trazer um pouco do potencial desse acordo, alguns detalhes?

É um acordo que tem algum tipo de exclusividade? E também com o escalável, esses tipos de contrato. Acho que é para entender um pouco, se também é semelhante ao que nós vimos com Hapvida, alguma coisa nesse mesmo sentido.

E a segunda questão é relacionada à competição. Como eles estão reagindo atualmente? Há alguma mudança de comportamento? Há alguma perspectiva de que eles estão aumentando a corretagem para tentar competir com vocês? São essas duas questões aqui do nosso lado. Obrigado.

Elton Carluci:

Acho que o primeiro item nós divulgamos no ano passado, o FR, e agora teve o pagamento que nós concluímos. Todas as questões, as obrigações precedentes. Os detalhes, claro, que de um acordo como esses são confidenciais, mas eu diria que nós temos, enfim, começando com todo o processo, nós acreditamos bastante no potencial desse produto. Enfim, nós já temos as tabelas, temos tudo aqui, muito em breve ele vai estar na rua e os analistas, vocês poderão ver exatamente como é que ele ficou posicionado, preço, etc.

Então não quero antecipar aqui, mas é algo que já está, muito em breve vai estar disponível e acredito que quando vocês verem os números e fizerem uma comparação, vocês vão entender que realmente o produto tem um potencial importante nas praças onde eles serão lançados. Então, acho que é isso que eu posso comentar desse acordo. O restante vai virar novidade aí na rua em breve.

E sobre o segundo item, que é o ambiente competitivo, vou falar um pouco de como está o cenário. Basicamente, nós não vemos na rua nenhuma grande mudança de cenário do ponto de vista de posicionamento de produto e das questões de concorrência, incentivo etc. Acho que está tudo bem constante. Enfim, até em função dos próprios números, que nós estamos vendo aqui do ponto de vista de *gross adds*, em abril e maio.

Nós monitoramos tudo o que acontece, e nós não vemos nenhuma mudança de cenário. E quando eu falo de cenário, não é só de adesão, eu sempre estou olhando o adesão, competitividade de PME e, eventualmente, um outro lançamento de produto, até mesmo individual. Então, nós olhamos tudo e no nosso radar, no nosso núcleo de inteligência comercial nós não vemos nenhuma alteração relevante.

Transcrição da Teleconferência
Resultados do 1T22
Qualicorp (QUAL3 BZ)
11 de maio de 2022



Gustavo Tiseo:

Perfeito Elton. Obrigado, pessoal. Tenham um bom dia.

Operador:

A sessão de perguntas e respostas foi encerrada. Agradecemos a participação de todos. A apresentação de resultados do 1T22 da Quali também está encerrada agora. Tenham todos 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"