

Transcrição da teleconferência – Q&A – 2T20

Operador

Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. A nossa primeira pergunta vem de Vinícius Ribeiro – UBS.

Vinícius Ribeiro (UBS)

Bom dia a todos, obrigado por responderem a minha pergunta. O primeiro ponto é sobre a sinistralidade... Como vocês bem comentaram, entendemos que tem um caráter bastante excepcional, mas quando olhamos para o IBNR, que impactou o resultado nesse trimestre, teve uma provisão um pouco maior. Nessa provisão, está implícita uma expectativa de retomada de volume que foi postergado ou tem algum outro efeito atuarial que não estamos pegando? A minha segunda pergunta é sobre Saúde e um pouco sobre a dinâmica de reajuste de preço. Vou fazer essa pergunta em duas partes... Primeiro eu queria saber se vocês não tivessem postergado os reajustes o impacto teria sido significativo no ticket médio de vocês? E a segunda pergunta é: Como vocês estão vendo essa dinâmica de negociação e de precificação junto às empresas? Muito obrigado.

Ricardo Bottas (Vice-Presidente de Controle e Relações com Investidores)

Vinícius, obrigado pela pergunta. Aqui é o Bottas e eu vou dividir a resposta junto com a Raquel. Acho que é importante darmos uma declaração para vocês entenderem que a Companhia manteve a consistência das suas práticas contábeis e atuariais em relação a este fechamento apesar dessa situação atípica da queda de frequência. Você comentou sobre IBNR, também mantivemos a mesma premissa, a mesma consistência de práticas para serem comparáveis com os períodos anteriores. Lembrando que as nossas práticas atuariais, de certa forma, tem um efeito em função de frequências ocorridas. Então, o que existe é que o IBNR já consegue capturar um pouco disso que a Raquel comentou sobre frequências, que apesar de em março, abril e ainda principalmente na primeira quinzena de maio terem apresentado quedas bastante fortes, chegaram a 60%, a gente já percebe uma inclinação importante na recuperação das frequências já na segunda quinzena de maio, junho com a forma um pouco mais importante, praticamente a queda caiu na metade, de 60% para 30% e já percebemos em julho essa tendência. Então, o IBNR tem mecanismo de capturar de que pode ter acontecido um volume de frequência ocorrida e, o IBNR tem essa função de registrar frequência ocorrida que não foi reportada, mas não existe aqui captura de expectativa de frequência futura. Então, eu só queria deixar claro que a metodologia está mantida e consistente com as práticas atuariais da Companhia. Com relação a reajustes, e depois a Raquel vai completar... Eu diria para você que não tem impacto material nesses resultados do segundo trimestre porque na realidade o que foi feito foi uma postergação dos reajustes na aplicação para os clientes, lembrando que eles são materialmente concentrados no final do trimestre, portanto, o terceiro trimestre e integralmente o quarto trimestre são os períodos que temos esse efeito mais relevante capturado das carteiras em que a Companhia voluntariamente, como o Gabriel bem disse, postergou o reajuste. Raquel, por favor.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Obrigada Bottas. Complementando o ponto do Bottas com relação a reservas, metodologia absolutamente mantida e respeitada. Talvez um fator de prudência adicional em função do que já estamos vendo de retorno de frequência então metodologia mantida. Com relação às negociações de reajustes, obviamente não é um período simples, mas já passamos por outras crises econômicas que tiveram desemprego e tudo aquilo que já conhecemos bem e a nossa máxima está absolutamente mantida. Nós prezamos por relações de longo prazo, então se

nesse momento tivermos que fazer um reajuste um pouco mais baixo ou uma extensão contratual em troca disso, uma inclusão ou um aumento de coparticipação, a negociação da venda do contrato de Odonto que eventualmente está em outra operadora para a gente, então todos esses artifícios são utilizados nesse momento. Nosso foco maior é manter o cliente aqui porque isso vai passar e na hora que isso passar ele vai voltar a crescer e aí quando ele volta a crescer, se você conseguiu manter ele dentro da casa, você cresce junto por osmose. Então essa foi a estratégia que nós adotamos nas últimas duas últimas crises relevantes que passamos e foi uma estratégia muito bem acertada. O próprio cliente, em função de tudo aquilo que comentamos, das ferramentas digitais e de como o aplicativo melhora. Na hora de avaliar todas as empresas de saúde, ele vê valor nisso. A saúde suplementar já era um dos três maiores desejos do brasileiro e num período como esse, de crise e de pandemia isso fica ainda mais valorizado. Então a equipe de relacionamento e de pós-venda está atendendo o cliente *full time* ainda que de forma remota, muitas reuniões por vídeo e estamos em conjunto buscando soluções para que eles se mantenham na casa. O fato de termos inclusive ampliado o nosso portfólio de produtos, com os lançamentos dos produtos Direto que vieram, nos dá, sem sombra de dúvida, uma resiliência maior para esse período então ampliamos o leque de opções para o cliente ficar aqui.

Vinicius Ribeiro (UBS)

Perfeito, muito claro. Obrigado pelas respostas.

Operador

A próxima pergunta vem de Yan Cesquim – BTG Pactual.

Yan Cesquim (BTG Pactual)

Bom dia Gabriel, Bottas, Raquel e Marcelo. Tenho duas perguntas... A primeira é sobre o G&A, acho que o Bottas já entrou bem afundo nesse tema, mas percebemos que o G&A ajustado pela saída do segmento de Auto pelo custo de venda, pelo uso não recorrente relacionado ao Covid-19 foi uma boa surpresa e abaixo da média dos últimos trimestres, em torno dos 7,3% das receitas operacionais. Queremos saber se podemos considerar esse nível mais baixo de G&A como uma base para a nova SulAmérica, agora sem Auto, e se podemos esperar algo nesse nível daqui para frente. A segunda, acho que a Raquel chegou a comentar um pouco sobre esse tema mas queria ter um pouco mais de cor... Vocês comentaram sobre a retomada de frequência e que no final de julho já estava chegando em torno de 30% abaixo da normalidade no ano contra ano. Queria saber se vocês podem dar um número sobre a evolução em julho, se esse número acelerou ou como que esse processo está acontecendo. Obrigado.

Ricardo Bottas (Vice-Presidente de Controle e Relações com Investidores)

Obrigado Yan, aqui é o Bottas de novo. Sobre a questão da DA, a nossa dificuldade aqui é aquilo que nós comentamos de forma recorrente que a Companhia não tem como dar um *guidance* para vocês em relação a índices DA. Acho que fomos muito transparentes na forma de abrir a despesa e talvez de uma forma que a gente nem tenha feito. Uma característica da transação, é que fique claro qual é a despesa que nós tivemos com a operação nesse primeiro semestre, que foi descontinuada, e a despesa que nós temos dentro dos nossos critérios gerais para a operação que fica. É difícil para mim dizer para você que use essa referência como a referência daqui para frente, mas agora ela é a nossa melhor referência do que foi a nossa operação no primeiro semestre e de fato o que foi o resultado daquela operação descontinuada e o que foi resultado da nossa operação que fica em termo de despesa administrativa. Lembrando que esses nossos índices do período e os próximos também devem ser confrontados porque você tem uma despesa materialmente indexada em relação à pressão

sobre esse índice vinda da situação das receitas. Nós tivemos nesse período, tanto na operação de automóveis uma queda de receita mais forte pela questão do prêmio médio, mas também temos um desafio importante em relação a preservação da receita dado esse cenário ainda adverso e incerto em relação ao impacto para a receita. Estamos confiantes da nossa capacidade de continuar performando bem comercialmente, já foi explicado pela Raquel toda a dinâmica comercial, mas também não vamos desconsiderar esse efeito de desafio que nós temos em relação ao comportamento da receita para esse indicador.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi, aqui é a Raquel, tudo bem? Obrigada pela pergunta. Com relação a frequências, continuamos vendo e aqui na minha frente eu tenho um painel em tempo real de autorização de procedimentos... Então, claramente tem uma curva de tendência ascendente, varia por tipo de procedimento então alguns com uma velocidade e uma inclinação um pouco maior e outros com uma inclinação um pouco menor. Acho que se eu puder te dar uma ordem do maior para o menor, talvez: exames, depois consultas, depois internações eletivas, aquelas internações cirúrgicas também e pronto socorro. Pronto socorro inclusive talvez possa significar algum tipo de alteração da relação de consumo do beneficiário com o serviço de pronto atendimento e que ele passe a ser utilizado também como um serviço de urgência efetivamente. Acreditamos também que a disponibilização da ferramenta onde você tem a possibilidade de falar com um médico olho no olho pelo aplicativo dá um conforto e uma segurança muito maior para o beneficiário que tem essa opção antes de se dirigir a um pronto socorro ou se precisar de algum medicamento ou pedido de exame ele também vai ter isso sem sair de casa. Agora a frequência... Se você me permitir, eu queria explorar um pouco mais que a frequência não pode ser vista pura e simplesmente como um por um, então eu vou te dar um comparativo aqui do que significa uma internação de Covid-19, que é fundamentalmente uma internação clínica, versus o que significava uma internação clínica padrão. O custo médio de uma internação em UTI por Covid-19 é mais ou menos 4,7x maior do que o custo médio de uma internação clínica em UTI não Covid-19. É óbvio que isso tem um impacto pelo tempo médio de internação, então, sem dúvida, o tempo médio de internação de Covid-19, e principalmente de UTI, é maior do que o tempo médio de uma internação padrão e em função da equipe que é necessária para isso, as esterilizações e toda a questão de EPIs, drogas que estão sendo administradas e tudo mais. Então não é uma frequência por outra frequência, então tem esse fator de que uma internação de Covid-19 é mais cara porque ela dura mais e tem um trabalho maior da equipe hospitalar. Quando olhamos para uma internação Covid-19 que não seja em UTI, ela fica em torno de 2x, 2,5x maior do que uma internação não Covid-19, então para te dar mais insumos com relação a pergunta de frequência, achei importante mencionar esses pontos. Obrigada.

Yan Cesquim (BTG Pactual)

Ficou claro. Obrigado.

Operador

A próxima pergunta vem de Guilherme Grespan – J.P Morgan.

Guilherme Grespan (J.P. Morgan)

Oi pessoal, bom dia. Obrigado por abrir para pergunta. Queria perguntar sobre a aquisição da Paraná Clínicas e explorar um pouco a estratégia de vocês. Quando olhamos a transação, o nosso entendimento é que veio junto com os planos algumas clínicas e centros de diagnóstico na região, queria só pegar um *update* com vocês de como devemos interpretar esse movimento, no sentindo se a estratégia aqui de fato é tentar fazer algumas aquisições táticas dentro da cadeia ou se foi parte do *deal*, uma cláusula mandatária que não tinha como não adquirir. Então, se possível é só para vocês darem um *update* de como vocês estão vendo

essa possibilidade de verticalização tática, se assim pode se dizer, em alguns pontos da cadeia e como a gente deve entender esse movimento. Obrigado.

Gabriel Portella (Presidente)

Oi, é o Gabriel falando. Se me permitir, eu vou responder e a Raquel depois pode complementar. Eu acho que esse movimento que a gente vem fazendo, de cada vez mais estar presente na cadeia de valor, não é de agora, ele já vem desde que começamos a participar mais, a distribuir medicamentos e materiais de alto custo e hoje já tem mais de 360 hospitais onde a gente já fornece isso. A oportunidade da Paraná Clínicas, com os centros clínicos que vieram junto da operação, tem um objetivo que é podermos testar na prática, vamos chamar assim, essa prestação de serviço, mas isso em nenhum momento significa que vamos fazer um movimento na linha da verticalização. Avançar na cadeia de valor e gerar mais valor para os beneficiários é parte dessa aquisição estratégica além daquilo que já mencionamos de reforçar a nossa posição no Sul, onde já temos uma posição cada vez mais forte, principalmente aumentada nesse ano então, eu diria que é um bom modelo, foi uma boa oportunidade que surgiu, mas isso não significa que vamos fazer um movimento totalmente vertical. Acho que tem alguns pontos da cadeia de valor de Saúde e o arco de acesso, como a Raquel comentou, que quando você olha para ele você vê oportunidade prática, oportunidade de parceria ou oportunidade de aquisição e foi o que vimos em um dos componentes do nosso arco de acesso e vimos com otimismo todo o aprendizado que teremos nesse processo, mas não é um modelo de verticalização futuro. Se a Raquel quiser complementar, fica a vontade.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Eu quero sim Gabriel. Tudo bem Grespan? Acho que muito mais do que uma carteira é um modelo de negócio. Ele está vindo com 7 centros clínicos, que é um grande laboratório para a gente e não tenho dúvida de que vai gerar cada vez mais insumos para toda a estratégia do cuidado coordenado, então vamos retroalimentar com achados, sem sombra de dúvidas nossa estratégia core que é o cuidado coordenado. Outro ponto relevante é: o ticket médio dessa operação é mais baixo do que a nossa linha Direto e em um momento de crise, você ampliar cada vez mais o seu leque, o seu portfólio de possibilidades é um fator sempre positivo então estamos muito animados para começar logo essa integração e os achados que seguramente teremos de lá. Obrigada.

Operador

A próxima pergunta vem de Mauricio Cepeda – Credit Suisse.

Mauricio Cepeda (Credit Suisse)

Bom dia Gabriel, Bottas, Raquel e Mello. Obrigado por responderem as perguntas. Eu tenho algumas perguntas para tentar ver as tendências do mundo mais para o médio prazo que possam influenciar o longo prazo. Sei que vocês falaram bastante da falta de previsibilidade, mas talvez tentar ter a leitura de alguns fatores mais precoces para que a gente possa entender o que está acontecendo qualitativamente no mercado. O primeiro ponto é se vocês já tem sentido alguma finalização dos contratos corporativos, um pouco da dimensão dos contratos de trabalho suspensos e um pouco dessa questão da extensão de benefício depois do desligamento se já tem alguma ideia da magnitude desse impacto. O segundo ponto, acho que também relacionado com o relacionamento com o cliente, se vocês já têm sido acionados comercialmente principalmente nestes contratos corporativos por alguma renegociação. O terceiro ponto, se de alguma forma a concorrência na rua tem tentando se aproveitar desse momento e avançando sobre vocês. O quarto ponto, que é um pouco mais curto prazista, é com relação a utilização, acho que foi muito lucrativo, obrigado até por ter dado esse ranking que está voltando, mas entender se esse represamento já representa um nível maior de

utilização do que o usual e se vocês estão vendo algum excesso de utilização eventualmente pelo encerramento desses contratos de trabalho se o pessoal está aproveitando essa extensão para utilizar mais o plano. Muitas perguntas, mas agradeço se vocês puderem ajudar em algumas delas.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Cepeda, é a Raquel. Tudo bem? Eu vou começar aqui e depois vou pedir ajuda para o André que é o nosso VP comercial para falar um pouco de cenário concorrencial de rua. Sentimos já alguma movimentação negativa em alguns contratos, principalmente aqueles que têm uma estrutura um pouco mais fabril porque tiveram que paralisar algumas das suas operações e contratos de clientes sendo mantido conosco na casa, mas algumas pessoas sendo afastadas por *layoff*, algum acordo sindical e algumas demissões que são afastamentos um pouco mais definitivos. Começamos a ver isso, mas ainda não aparenta nenhum tipo de curva de tendência, podemos ter visto algo mais pontual em algumas regiões, mas ainda é muito cedo para falarmos em termos de tendência, mas de fato já começamos a ver. Com relação à utilização, o risco moral de ter algum tipo de utilização exacerbada em momento de perda de benefício até por todas as questões de isolamento e distanciamento social, por hora, ainda não foi possível observar esse comportamento, então por enquanto não. Negociação de reajuste, como sempre é um assunto difícil, é o momento do ano em que os RHs e as áreas de compras não gostam tanto de receber as nossas visitas, mas acho que comentei com o Yan se não me engano, tudo que fizemos e de forma muito proativa, tanto pela disponibilização de novos serviços, de novos canais, da digitalização permitindo que as pessoas tivessem acesso ao cuidado, aos médicos sem sair de casa, gerou um fortalecimento do relacionamento que já temos com nossos clientes cada vez maior. Acho que nunca é demais lembrar que o tempo médio de permanência dos clientes da SulAmérica é superior a 13 anos então são relações de longo prazo. A equipe de pós-venda está muito próxima dos clientes, nosso foco é sempre não ser surpreendido, é montar soluções que sejam viáveis para os dois lados e quando o cenário de crise melhorar ele vai ter outras opções dentro do nosso portfolio de produtos ou dentro de contratação de produtos adicionais como Vida, Odonto, Previdência, alguma coisa que a gente possa compor uma participação do cliente um pouco maior. Então, é um período que não é simples, mas é um período que está sendo muito bem conduzido pelos times e com muita parceria do lado das empresas clientes. Agora vou pedir para o André fazer algum comentário com relação à concorrência... Concorrência é sempre pesada, alguns períodos mais e outro menos, eu diria que estamos num período de mais concorrência e aí vou pedir para o André dar cor do que ele está vendo na rua.

André Lauzana (Vice-Presidente Comercial, Marketing, Relações com Imprensa)

Obrigado Raquel e obrigado Mauricio pela pergunta. Como a Raquel colocou, acho que a concorrência usualmente já é forte e nesse momento está bem intensa e contar um pouco do que estamos fazendo... acho que é interessante passar um pouco dessa informação. Acho que presença muito forte junto a nossa rede de corretores, nossos 39 mil corretores espalhados em nossa rede de distribuição em todo Brasil com uma capacitação muito forte. Só para vocês terem uma ideia, nós treinamos até junho/20 quase 35 mil corretores. Nós usualmente nesse ambiente cada vez mais digital, treinávamos por ano em torno de 45 mil corretores, então 35 mil treinamentos até junho, numa crescente aceitação de treinamentos e produtos novos que colocamos e a Família Direto tem sido muito bem aceita pelos corretores. Temos feito um conjunto de ações comerciais e de campanhas de vendas, promoções comerciais muito fortes e focadas nos diversos segmentos de corretores e diversificação nas regiões que temos notadamente os produtos Direto, com bastante incentivo para isso. A nossa operação é um ponto alto para nós, nesse momento simplificação em uma operação fluída através de adoção de ferramentas digitais tem sido um diferencial competitivo para nós muito grande, isso em todas as linhas de negócios que atuamos e por último, mas não menos importante,

intensificamos as nossas ações de divulgações junto, não só a rede de distribuição mas com o público em geral, demonstrando claramente a oferta SulAmérica que é uma combinação muito mais do que só de um único produto mas sim de uma conveniência, serviços agregados e sim com preços ainda mais acessíveis quando notadamente se fala da Família Direto. Raquel e Marcello se quiserem complementar, fiquem a vontade. Mauricio, obrigado novamente pela pergunta.

Mauricio Cepeda (Credit Suisse)

Bom, obrigado André e Raquel pelos esclarecimentos, ficou claríssimo.

Operador

A próxima pergunta foi encaminhada pela Webcast pelo Mohammed Ahmad – Foyston, Gordon & Payne Inc.

“Como está a tendência de crescimento de beneficiários em PME, Corporativo e Adesão em julho?”

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Mohammed, Raquel. Obrigada pela pergunta. O André já passou pelo momento comercial e concorrencial que estamos vendo na rua. Vimos no início de toda essa pandemia, uma redução das quantidades de cotações e a curva de tendência de subida já mostra uma recuperação bastante forte. Por algum momento deu um certo congelamento, as pessoas ficaram com um certo receio de fazer eventualmente uma troca do benefício e agora elas voltam a olhar para isso. Então, acho que com toda a dinâmica da Família Direto, como o André mencionou, vamos lançar mais um produto Direto na semana que vem na região de João Pessoa e outros vem por aí, o próximo que a gente lança depois desse vai ser no Centro Oeste e isso dá cada vez mais resiliência e elasticidade tanto na aquisição de novos clientes quanto na manutenção das nossas carteiras, se eventualmente tiver uma dificuldade de pagamento momentânea trabalhar ali de repente em um momento posterior. Eu vou dar um pouco mais de detalhe no segmento de Adesão, que foi o segmento que tivemos uma certa redução de carteira apresentada nos últimos trimestres e já tem uma tabela, um novo portfólio lançado para as vendas a partir de 1º de setembro com uma série de alterações, um produto muito mais sustentável. Sai de 10 regiões geográficas e tarifárias e passa para 23 regiões geográficas, um produto que sem sombra de dúvida vai ser comercialmente mais competitivo e também confiamos muito no potencial que o Direto, nesse enquadramento e nesse novo portfólio, pode gerar. Passamos por um período um pouco mais complexo e vejo um período que se inicia com bons frutos que seguramente podem ser colhidos de toda essa nova estratégia que foi montada. Obrigada.

Operador

A próxima pergunta foi encaminhada pela Webcast pelo Ricardo Borges – Plural Investimentos.

“Parabéns pelos resultados. Por conta da pandemia, vocês não vinham reajustando as mensalidades no seguro de saúde, correto? Qual foi o efeito dessa postergação nessas mensalidades e receitas da companhia?”

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Olá, Raquel novamente. Acho que o Bottas passou por esse ponto alguns minutos atrás. Sim, nós fizemos uma suspensão de reajustes voluntária e temporária de maio a julho para as carteiras de Individual, PME e Adesão e a retomada de aplicação de reajuste a partir de agosto e a recomposição disso, do que não foi aplicado, um pouco mais para frente. Por outro lado, na gestão financeira para fins de resultados contábeis esse valor está totalmente alocado nos

resultados que nós divulgamos e vocês enxergam então o reajuste que deveria ter sido aplicado em maio, em junho e o que devia ter sido aplicado em julho, nesse caso maio e junho, segundo trimestre, vocês tem essa visibilidade em como aplicar se tivesse sido. É importante destacar também que a grande quantidade de aniversários e de reajustes não se concentra no primeiro semestre do ano, mas sim no segundo semestre, mas para fins contábeis ela está devidamente alocada.

“Este documento é uma transcrição com adaptações textuais feitas para facilitar a leitura e entendimento dos discursos nele contidos. O texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes, por isso conta com adaptações que aumentam a legibilidade e coerência sem afetar os ideais discursivos dos participantes.

Declarações sobre eventos ou resultados futuros estão baseadas em suposições e análises feitas pela SulAmérica (“Companhia”), representando exclusivamente expectativas de sua administração em relação ao futuro do negócio e ao contínuo acesso a recursos para financiar o plano de negócios da Companhia. Entretanto, os resultados reais da Companhia e de suas controladas dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, e podem diferir significativamente daqueles indicados ou implícitos nestas declarações.

Esta transcrição e seu conteúdo são de propriedade da Companhia e, portanto, não devem ser reproduzidas ou disseminadas em sua totalidade ou parcialmente, sem o consentimento da SulAmérica.”