

Transcrição da Teleconferência – Q&A – 3T21

Operador

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

Vinicius Ribeiro (UBS)

Pessoal, bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Tenho dois temas do meu lado, ambos sobre Saúde. Primeiro, se vocês pudessem discutir um pouco sobre a estratégia comercial para 2022. Em outros momentos de maior estresse econômico, a SulAmérica conseguiu navegar bem no mercado com o portfólio de produtos expandido e poder de barganha com os prestadores, que historicamente tende a favor das fontes pagadoras nesses cenários. O que devemos esperar de estratégia comercial do lado de vocês tanto sob o ponto de vista de retenção quanto de novas vendas? A segunda pergunta é sobre sinistralidade. Vemos claramente um processo gradual de retomada de níveis históricos, mas também falando um pouco de 2022, dado o efeito estatístico atuarial, a gente deveria esperar que a PEONA continue ajudando a sinistralidade? Além disso, vocês têm alguma ideia sobre como que a variável COVID-19, agora mais como uma endemia do que como uma pandemia, pode ter impacto, mesmo que seja mais discreto, em exames e internações para 2022? Obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odonto)

Oi Vinicius, aqui é a Raquel. Tudo bem? Bom dia e obrigada pela pergunta. Falando sobre estratégia comercial para 2022... o bom é que você já me ajudou porque na sua própria pergunta você já inicia a resposta. Temos uma estratégia muito clara e muito consistente há alguns anos e somos conhecidos por termos um tempo médio de permanência de nossos clientes extremamente alto, passando de 13 anos em algumas carteiras. Assim como aconteceu em outras crises, é o que a gente vem aplicando desde o início da crise do COVID-19 e não tem nenhuma intenção de ajuste. A nossa intenção é sempre ter o nosso aquário com a maior quantidade de peixes e na hora que esses clientes voltarem a crescer, tiverem esse crescimento orgânico, voltamos a crescer junto com eles. É claro que o ano passado foi um ano completamente atípico em termos de resultados apresentados em função de sinistralidade caixa, que é o grande ponto observado para fins de reajuste em qualquer operadora, mais de 90% dos clientes empresariais tem essa dinâmica de reajuste olhando para sinistralidade caixa. Neste ano de 2021, principalmente, a gente vem sentindo uma retomada e uma necessidade dessa retomada gradual em índices de reajustes que enderecem a realidade que a gente está enxergando, eu vou colocar aqui o pós-COVID-19, mas apesar do COVID-19 ainda não ter terminado, a gente já olha para um cenário de normalização bastante próximo. Entrando também na sua segunda pergunta, eu acho que a gente tem que comemorar boas notícias sempre que a gente tem e hoje temos no Brasil uma excelente notícia em termos de COVID-19. Falando do cenário de SulAmérica especificamente, hoje temos 159 pessoas internadas - número de minutos atrás – e nós já tivemos quase 3 mil internados ao mesmo tempo em função de COVID-19, então a gente tem uma clara tendência de melhora gradual, que não é por acaso... a gente já está com uma porção da população vacinada com pelo menos uma dose no Brasil em 75%, estamos acima de Reino Unido e Israel por exemplo, que foi *benchmark* para todo mundo até então, e mais da metade da população já com 2 doses: 58% da população com 2 doses. Estados como São Paulo, que vocês sabem que tem uma representatividade importante na nossa carteira, com mais de 90% de vacinados. Fora isso, tem o fator clima que nos ajuda, estamos em uma transição de primavera para verão, uma situação bem diferente da Europa que está caminhando do outono para o inverno e onde a gente já vê algum tipo de piora em um país ou outro, mas eu acho que o cenário aqui é extremamente otimista. Ainda na sua primeira pergunta,

sobre estratégia comercial, faltou comentar sobre a estratégia para venda nova. Mantemos aquela máxima de ter uma dinâmica comercial que enderece a realidade de necessidades de custos para fazer frente ao sinistro, o que permite uma relação de longo prazo. Queremos uma relação sustentável, e com isso, uma precificação super consciente, independente de movimentos de dinâmica comercial talvez um pouco mais agressivos de mercado e onde a gente não vê uma justificativa. Por fim, você mencionou PEONA nesses últimos períodos, acho que como tudo o que aconteceu durante o período de COVID-19, a gente tinha um grau de incerteza muito grande e conforme a pandemia vem se estabilizando, conforme a gente vem chegando em patamares mais próximos da normalidade no que diz respeito ao sinistro, naturalmente também tem esse ajuste de PEONA e acredito que já está totalmente ajustado e totalmente correto para a realidade.

Vinicius Ribeiro (UBS)

Perfeito Raquel. Obrigado pelas respostas.

Operador

A próxima pergunta vem de Samuel Alves – BTG Pactual.

Samuel Alves (BTG Pactual)

Bom dia Bottas, Marcelo, Raquel e demais diretores. Tenho 3 perguntas rápidas do meu lado. A primeira é sobre a sinistralidade de Saúde, vocês poderiam abrir quanto foi o *medical loss ratio* de setembro? Essa primeira pergunta é mais para entender se ele já estava bem menor do que a média do trimestre, para ver como uma *proxy* para sinistro recorrente. A segunda pergunta é se vocês poderiam compartilhar com a gente, mesmo que qualitativamente, como que está a rentabilidade do *midticket* ex-COVID-19, se ele está sendo dilutivo para o *medical loss ratio* da Companhia ou não. E a terceira e última pergunta é sobre os recebíveis do FCVS. Apesar da decisão do ano passado, de fixar a competência da Justiça Federal para processamento e julgamento das ações dessa natureza, notamos um contínuo aumento no saldo desses valores a receber. A pergunta é mais para ter uma atualização com relação a essa questão e se tem algo que poderia ser feito para segregar esses recebíveis da SulAmérica. Muito obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odonto)

Oi Samuel, aqui é a Raquel. Vou começar com as duas primeiras perguntas e depois eu passo para o Botas para comentar sobre FCVS. Com relação a sinistralidade, eu não vou precisar aqui o número de setembro, mas eu vou te dar uma curva de tendência de forma geral. À medida em que a gente enxerga uma representatividade menor dos sinistros oriundos de COVID-19 no mix de cada mês, a gente vê uma curva de tendência positiva. Então, setembro um pouquinho melhor do que agosto e assim sucessivamente... é para você ficar com essa imagem de escadinha na cabeça. Com relação a sinistralidade do *midticket* ex-COVID-19 está realmente excepcional, mesmo com o impacto de COVID-19, a sinistralidade do *midticket* vem se comportando até de forma melhor do que a sinistralidade da carteira de forma geral, isso nos dá bastante segurança. Já tem uma massa crítica importante, principalmente quando a gente olha as ações, os lançamentos de produtos do Direto, as vidas que vieram daí, mais de 40 mil vidas, com todo o restante da estratégia de *midticket*, com a carteira da Paraná mais Ponta Grossa e etc. Temos resultados extremamente robustos e se somarmos tudo, já tem mais de 160 mil vidas nesse cenário. Bottas, você continua daí?

Ricardo Bottas (Presidente)

Obrigado Raquel. Oi Samuel, obrigado pela participação e pela pergunta. A questão dos recebíveis do SFH, apesar do efeito no saldo do recebível ainda não refletir os efeitos positivos

daquela decisão do Supremo Tribunal Federal, isso é muito mais associado a um reflexo de processos ativos que já existiam, a idade média desses processos é bastante grande e uma base histórica que ainda estava muito sujeita a exposição às decisões em esfera Estadual. Só para você ter uma ideia, temos estatísticas recentes de que mais de 40% dos processos novos já entram direto em esfera para a decisão da Justiça Federal, o que na nossa experiência cai de forma bastante relevante o valor médio desses processos. Por outro lado, o próprio arcabouço regulatório que cerca esse tema evoluiu bastante e tem trazido uma agilidade maior nos processos de ressarcimento dos recebíveis junto ao departamento da Caixa Econômica Federal, que é contratada pelo próprio fundo do Tesouro, que gerencia a apuração desses ressarcimentos. Então Samuel, são duas frentes, as frentes que na realidade são uma consequência positiva que vai fazer com que esses processos sejam diretamente direcionados para a Justiça Federal, com a expectativa importante de que a Justiça Federal, com a inclusão da própria Caixa nesses processos, já inclusive tem a oportunidade de fazer o pagamento diretamente, desonerando de uma forma geral as seguradoras desse meio do caminho e, por outro lado, uma maior eficiência do próprio procedimento da centralizadora do departamento da Caixa que, em nome do Tesouro, processa esses reembolsos para as seguradoras, que a gente consiga também ter uma maior velocidade e uma expectativa. Já vemos esse aumento de saldo, que ainda foi pequeno, muito mais por causa desse efeito de cauda, a gente vê um efeito de estabilização já presente e tem uma expectativa de início de recuperação, mas lembrando que é uma recuperação longa. A sua segunda pergunta foi se teríamos uma forma de separar esses recebíveis, lembrando que eles estão numa pessoa jurídica regulada, é uma seguradora, é a mesma seguradora que operava o nosso negócio de automóveis, que ainda está dentro do Grupo SulAmérica, então ela é uma empresa subsidiária do Grupo. O que eu posso dizer para você é que ela está dentro de uma empresa que não é mais operacional em termos de seguros ativos, as carteiras que existem ali são carteiras de *run-off* e a própria operação do SFH é um *run-off*, e a gente já fez isso nas demonstrações anuais, começamos a separar o impacto desse recebível sobre a rentabilidade total da Companhia. Hoje, estimamos que esse recebível deve estar nos comprometendo a rentabilidade geral, medida pelo retorno sobre o patrimônio médio, algo entre 3 e 4 pontos percentuais do nosso ROAE total. Acho que é importante a gente gerencialmente também demonstrar esse efeito e seguir atuando nas frentes que a gente está atuando dessas 2 formas, tanto na Justiça Federal, estimulando que o próprio fundo estimule a Caixa Econômica a fazer mais acordos diretamente, e, por outro lado, buscando junto à Caixa Econômica Federal que os ressarcimentos aconteçam de uma forma mais célere.

Samuel Alves (BTG Pactual)

Muito obrigado Bottas e Raquel. Bom dia a todos.

Operador

A próxima pergunta vem de Flavio Yoshida – Bank of America.

Flavio Yoshida (Bank of America)

Olá, bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu queria entender um pouco melhor com vocês a dinâmica de crescimento, principalmente do Coletivo. Quando vemos o crescimento da receita no ano contra ano, comparando terceiro trimestre com terceiro trimestre, vemos uma desaceleração desse crescimento de 8% para quase 6%. Imagino que o crescimento de beneficiários fique um pouco nessa dinâmica, mas eu queria que vocês comentassem um pouco mais com relação ao cenário competitivo como um todo. Ainda nesse tema, eu acho que até linkado com isso, eu queria entender como tem se dado às negociações para reajuste do Coletivo, eu acho que essa é uma época que diversos reajustes acontecem e vemos um cenário de inflação pressionando a sua base de custos e, ao mesmo tempo, tem um cenário desafiador

para o ano que vem, o que nos leva a imaginar que essa negociação deve estar bem difícil. Se vocês puderem comentar um pouco desses pontos, eu agradeço. Obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odonto)

Oi Flavio, aqui é a Raquel. Obrigada pela pergunta. Falando do crescimento de prêmio no Coletivo, primeiro ponto que temos que observar é o próprio *mix* de carteira. Temos dentro do Coletivo algumas carteiras como o Adesão, por exemplo, que tem um *ticket* médio historicamente um pouco mais alavancado, que não estão tendo uma performance de vendas tão boa quanto poderiam, vamos colocar desta forma. O Empresarial, de forma geral, está crescendo vidas, mas também temos que considerar o *mix* de entrada dessas novas vidas, conforme o próprio Direto vai ganhando tração, vai tendo sucesso, ele acaba de certa forma deprimindo esse *ticket* médio de entrada. Os reajustes estão impactados ainda pela questão que eu mencionei minutos atrás da própria dinâmica de negociação de reajuste olhando para sinistralidade caixa. Então, ao longo desses últimos meses, por exemplo, que estamos negociando reajuste para janeiro, eu pego a série histórica dos últimos 12 meses parando em outubro, então isso ainda pega uma fatia relevante do que aconteceu no momento em que a gente tinha um impacto maior da pandemia, então tem esse impacto sim. Se as negociações estão difíceis? Estão muito difíceis, temos uma elevação de juros de forma geral, que vem pressionando isso e uma retomada da curva de VCMH, uma inflexão dessa curva, a gente vinha apresentando uma redução de VCMH ao longo dos últimos anos e esse ano, por razões óbvias, a gente tem uma completa inversão dessa curva. O que agrava um pouco mais toda essa situação é a dinâmica comercial que a gente acaba vendo no mercado, precificações não tão consistentes com a realidade que a gente vem observando pontualmente de alguns *players*, mas de forma geral, a equipe de pós-venda está desempenhando um excelente trabalho junto aos nossos clientes. O mais importante aqui é a gente simular e demonstrar qual vai ser o cenário de sinistralidade para os próximos anos, trabalhamos isso com eles tanto nas propostas de reajustes que vem de lá quanto em eventuais propostas que eles recebam do mercado. Se tem um cliente que está rodando a 110% de sinistralidade, você está negociando o reajuste e aparece com uma proposta de um concorrente com 10% abaixo, então espera que numa transição dessa no próximo ano você vai ter um reajuste na casa de 50%. Temos trabalhado muito nessa parte um pouco mais educativa, a conversão de reajuste vem subindo nesses últimos meses. Eu considero o cenário extremamente favorável para termos uma negociação cada vez mais consciente com os nossos clientes e que vise a relação de longo prazo e sustentável, que é um dos pontos fundamentais. Obrigada.

Flavio Yoshida (Bank of America)

Eu que agradeço.

Operador

A próxima pergunta vem de Ricardo Boiati – Safra.

Ricardo Boiati (Safra)

Bom dia pessoal. Tenho uma pergunta relacionada ao Direto. Raquel, se você puder elaborar um pouco mais em relação à performance das carteiras do Direto, com relação às cidades mais maduras *versus* cidades aonde você está entrando agora com o produto, se tem alguma diferença relevante de capacidade de venda, aderência do produto nessas regiões e de onde que está vindo o cliente do Direto, se é um cliente que está *trading down* de um produto tradicional de uma seguradora concorrente, se ele está vindo de repente de uma verticalizada, de uma Unimed, se tem um índice relevante de canibalização ou *trade down* dentro da própria SulAmérica - de um *ticket* mais alto para um Direto - ou não... Se você puder dar um pouco mais de cor nessa evolução do Direto seria bem interessante. Você tocou um pouco no ambiente

competitivo, só para entender se na margem está tendo alguma melhora ou piora, esses *players* mais agressivos estão mantendo a agressividade ou estão ficando mais ou menos agressivos nesses últimos meses? Obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odonto)

Oi Boiati, tudo bem? Obrigada pelas perguntas, eu vou começar pela última. Vemos um comportamento ainda um pouco errático. Acho que no último call, se não me engano, mencionei que eu estava um pouco mais otimista com uma consciência coletiva aparentemente vindo do mercado, principalmente para precificação de novos clientes e reajustes de clientes da casa. E, agora, nesses últimos 2 meses, eu já vi uma agressividade um pouco maior, por isso que eu digo que ainda está errático, mas a nossa estratégia não vai ser alterada em função de precificações injustificáveis que a gente possa observar dos outros *players*, seja um *player* de comparação absolutamente direta - não verticalizados - seja daqueles verticalizados, mas infelizmente ainda vejo sim uma agressividade comercial forte. O exemplo que eu dei na resposta do Flávio, há pouco, falando de um cliente com sinistralidade na casa de 110% e que alguém estava apresentando um desconto, é real e isso é absolutamente injustificável. Com relação à pergunta sobre os Diretos, acho que eu já mencionei também que o nosso top1 é, sem sombra de dúvidas, o Rio de Janeiro, é aquele que nasceu primeiro então tem uma maturidade maior, mas conta também com uma quantidade de vidas, uma performance de vendas, uma conversão muito bem estabelecida. Pernambuco também está vindo forte, São Paulo entrando num ritmo de crescimento um pouco mais palatável e Joinville ajudando bastante - Joinville tem um ponto curioso porque o lançamento do Direto em Joinville alavancou obviamente a venda do próprio Direto, mas alavancou muito também a venda de Paraná Clínicas, então tem negociações que as áreas comerciais das duas unidades conduzem de forma conjunta e o cliente define aonde ele melhor se encaixa. Então, no caso de três empresas sendo negociadas nessa semana, eles tinham a opção de ficar no Direto ou no produto da Paraná Clínicas e dois foram para Paraná Clínicas e um ficou no Direto, isso acaba ativando de certa forma, não só os Diretos, mas toda linha do *midticket*. Tem cliente que vem de verticalizada *full*, esses exemplos de Joinville estão vindo de verticalizadas, um deles é a Unimed, e tem cliente que vem também de empresas pares de mercado, que estão realizando algum tipo de *downgrade* e uma parte muito pequena vindo da própria SulAmérica - que representa o termo "canibalização" que você usou - que pode representar algum tipo de canibalização, mas que ainda se tivesse, teria um viés extremamente positivo porque o importante é termos opções e conseguir manter o cliente na casa com rentabilidade, mas essa não é a maior parte, muito pelo contrário, é a menor parte.

Ricardo Bottas (Presidente)

Raquel, se você me permite... Boiati, aqui é o Ricardo. A partir da sua pergunta, lembrando do ambiente competitivo, essa concorrência agressiva tem um preço, e aí quando olhamos a performance relativa e comparamos a relação da sinistralidade desses *players* que estão sendo extremamente agressivos, nós estamos falando de 10 pontos percentuais a mais de sinistralidade. Então, é importante falar desse equilíbrio entre a nossa busca de crescimento consistente, mas preservação da rentabilidade como um componente importante da nossa estratégia.

Ricardo Boiati (Safra)

Está bem claro Bottas. 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 perguntas. A minha pergunta é mais de cunho estratégico de mais longo prazo. Vimos um movimento recente, pelo menos na mensagem do seu principal *peer* segurador - teve até um *investor day* que houve um pouco de foco nisso - lançando um braço relevante, com investimentos relevantes, na parte de aquisição e construção de hospitais. Eu queria saber como vocês veem isso e qual é a leitura de vocês desse movimento do segurador caminhar para esse sentido na indústria... tanto do ponto de vista desse processo deles mesmos caminhando para o lado de hospitais, quanto as implicações para vocês dentro do ambiente competitivo. Obrigado.

Ricardo Bottas (Presidente)

Guilherme, obrigado pela pergunta. Eu vou começar e abro também para a Raquel comentar. Estamos em um caminho na estratégia do *midticket*. Essa é a nossa estratégia, não é operar necessariamente em um outro segmento mais baixo do que esse, numa combinação dessas duas direções, o que chamamos de verticalização virtual, que é por meio dessa estratégia de produtos como a linha Direto, que não nos impede de ter outras linhas de produtos, mas o Direto é realmente um ponto de entrada nessa estratégia da verticalização virtual. Lembrando que o Direto é 100% baseado em modelos de compartilhamento e alternativos ao modelo tradicional, que é baseado apenas na frequência, então nós temos um exemplo do forte emparceiramento da SulAmérica, notadamente com os prestadores de Saúde e gestores hospitalares. Eu acho que isso mostra essa estratégia, e a outra estratégia da execução dessa penetração no novo mercado endereçável de *ticket* médio é por meio de aquisições de carteiras e operadoras que nós chamamos de uma estratégia de semi-verticalização. Semi-verticalização porque acreditamos que esse é outro elemento para aumentar a nossa parceria com os prestadores de Saúde, notadamente os gestores hospitalares. Vou usar novamente o exemplo da Paraná Clínicas, que é uma estratégia que estamos buscando seguir nas outras oportunidades de M&A que estamos analisando, que é encontrar carteiras que tenham uma grande concentração, resolutividade e qualidade na sua parte de atenção primária e na qualidade assistencial na parte clínica e diagnóstica, em parceria com hospitais que estariam naquela rede, fechando aquele produto regional. A Paraná Clínicas é o exemplo que a gente imagina replicar. Eu diria que a nossa estratégia de *midticket* e a nossa estratégia de longo prazo, está muito baseada nessa estratégia da verticalização virtual e da semi-verticalização, em ambas, isso tem por trás um pressuposto de um fortalecimento da nossa relação com os prestadores, notadamente os gestores hospitalares. Então, diferentemente do que é a sua pergunta, o nosso objetivo não é concorrer com os nossos prestadores de saúde e gestores hospitalares, mas sim fortalecer o nosso relacionamento com eles, em parcerias com maior compartilhamento de estratégias de orientação de longo prazo. Raquel fica à vontade.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odonto)

Irretocável Bottas. Está muito bem respondido.

Guilherme Grespan (J.P. Morgan)

Perfeito. Obrigado Bottas.

Operador

A próxima pergunta vem de Mauricio Cepeda – Credit Suisse.

Mauricio Cepeda (Credit Suisse)

Bom dia Ricardo e Raquel. Eu tenho uma pergunta pegando o gancho da questão de rede prestadora. A gente vê que geralmente os hospitais e as clínicas diagnósticas já começam a reclamar um pouco de inflação de materiais, a ocupação já está um pouco menor no caso de hospitais, talvez ainda exista uma certa demanda de rebote... gostaria de saber se, por ventura, nessa situação, vocês estão sentindo alguma pressão de renegociação de tabela, se vocês estão de alguma forma vendo que isso possa ocorrer e como vocês estão vendo essa questão de negociação com a rede prestadora no ano que vem. Muito obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odonto)

Oi Cepeda, obrigada pela pergunta. Aqui é a Raquel. Sim, é um momento complexo de negociação de reajustes, seja com clientes, seja com prestadores. Essa alta da inflação já vem impactando fortemente, tínhamos um IPCA completamente diferente 12, 24 meses atrás, então você imagina como estão as negociações para frente. Essa negociação não é simples, mas a gente tem um ponto extremamente relevante para qualquer tipo de negociação em qualquer setor, que é o poder de barganha, a relevância. A SulAmérica dificilmente representa menos do que 25, 30, 35% para os nossos principais prestadores, o que dá uma conversa de um nível, sem sombra de dúvida, mais alto e uma conversa de parceria, de ganha-ganha, que é exatamente o que o Bottas trouxe aqui. As negociações saem muito mais do que a gente via antigamente naquela lógica de negociação de comprador pura e simplesmente tentando espremer o máximo possível para o outro lado da mesa, para negociações que eventualmente cedem na negociação de reajuste, mas acabam puxando algum tipo de demanda maior ou o nascimento de um produto conjunto com o risco diluído entre as 2 partes e tudo mais. Então, está complexa sim, assim como a gente viu em anos anteriores, mas está caminhando bem e bem controlado, vindo com inovações e iniciativas que eu acho que fazem todo o sentido para a sustentabilidade do setor. Obrigado Cepeda.

Mauricio Cepeda (Credit Suisse)

Está muito claro, obrigado.

“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.”