

## Transcrição da teleconferência – Q&A – 1T19

### Operador

Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. A nossa primeira pergunta vem de Thiago Kapulskis – BTG Pactual.

### Thiago Kapulskis (BTG Pactual)

Bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Eu gostaria de começar com duas perguntas: A primeira é em relação a saúde. Vocês têm falado muito e tocado nessa tecla de que sempre se enxergamos um trimestre a gente acaba tirando conclusões erradas, ou seja, a gente perpetuar um determinado número seja no primeiro trimestre, quarto trimestre etc., a gente tem uma chance relevante de errar. Neste trimestre, o que a gente acabou vendo, diferente um pouco do quarto trimestre, foi uma melhora nessa sinistralidade de saúde e o que eu queria entender é separar o que de fato é um pouco mais cíclico ou eventual do trimestre contra aquilo que é estrutural. Então, se vocês puderem dar um pouco mais de detalhe nesse sentido, talvez explicar um pouco mais em relação à frequência, em relação ao que dessa melhora está vindo de uma melhor negociação com os prestadores de serviço etc., eu acho que ajudaria bastante no nosso entendimento, essa é a primeira pergunta. A segunda pergunta é em relação ao automóvel. A gente está vendo, de fato, uma redução de preços, mas de uma maneira interessante ainda, a gente está vendo, no caso de vocês especificamente, uma melhoria nessa sinistralidade. Eu gostaria de entender onde vocês acham que a gente está nesse ciclo de fato, ou seja, se ainda tem um espaço para essa sinistralidade do automóvel continuar melhorando e se vocês acham que o mercado deve de fato seguir praticando preços mais baixos olhando para o restante do ano. Acho que é isso, obrigado.

### Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi, Thiago, bom dia. Aqui é a Raquel, obrigada pela pergunta. Bom, acho que com relação ao seu ponto, se é cíclico ou se é um efeito de ações mais estruturantes, sem sombra de dúvida, efeito do que é estruturante. Então, na comparação entre os trimestres, não tem nenhuma grande diferença que valha comentar, então tudo muito em linha quando observado o primeiro trimestre do ano passado. Agora, do lado estruturante, a gente tem cada vez mais a maturação das nossas iniciativas, de programa de gestão em saúde, negociação com prestadores, compra direta de materiais e medicamentos, tudo aquilo que você conhece e que a gente já vem desempenhando ao longo dos últimos anos. Com base em tudo isso, a gente vem fortalecendo cada vez mais a nossa estratégia do cuidado coordenado que foi iniciada no ano de 2018 e vem ganhando tração ao longo dos últimos meses e cada vez mais. Nós já temos mais de 230 mil consultas ocorridas nessa rede de cuidado coordenado, mais de 130 mil beneficiários coordenados, diversas iniciativas como Médico em Casa e Médico na Tela, tudo isso para fortalecer cada vez mais a nossa estratégia digital e sempre com o foco no beneficiário, no paciente, ele sempre no centro do todo o nosso cuidado. Então acho que o que a gente observa agora é fruto de todas as métricas estruturantes que foram plantadas ao longo dos anos.

### Eduardo Dal Ri (Vice-Presidente de Automóveis e Massificados)

Thiago, Eduardo falando. Sobre o automóvel, a gente tem visto sim no mercado uma leve redução nos preços, mas ela não é motivada, definitivamente, por uma guerra de preços, ao contrário, ela é motivada pela observância de melhores índices, principalmente os que o Bottas acabou de falar: os índices de roubo e furto, principalmente nas grandes capitais, então, a observação disso, e fazendo o *forecast* desses números, tem possibilitado passar esses benefícios que a segurança pública está trazendo, de certa forma, pelo menos nesses índices

para o consumidor. Não acredito que para frente observaremos qualquer guerra de preços porque esse ano é um ano bem atípico do mercado de seguros de automóvel porque a gente vê uma menor disponibilidade de produção e isto está refletido nos dados do trimestre do mercado. O mercado está decrescendo 1%, então não tem espaço para alguém querer escapar, tanto é que você vê que o crescimento dos grandes *players* está mais ou menos homogêneo, diferindo 1 p.p. para cima, 1 p.p. para baixo e, ao contrário do que já aconteceu em momentos anteriores, onde a competição foi somente para preço, a gente está encontrando menores índices da taxa Selic que não poderiam suportar esse tipo de abertura nas nossas margens ou perda de resultados nas nossas margens. Então, por isso, por esses dois motivos, eu não acredito que a gente possa ver para frente qualquer tipo de guerra de preço ou baixa de preço motivada que não seja por melhoras nos índices de sinistro, basicamente na frequência.

#### **Thiago Kapulskis (BTG Pactual)**

Perfeito. Só um *follow-up* no comentário de Saúde. Raquel, então dá para a gente interpretar que, de fato se a gente tivesse que quantificar essa melhora do primeiro trimestre, você diria que ela é praticamente toda estrutural então, né? Quando a gente olha essa comparação ano a ano, ou seja, olhando para frente deveríamos esperar uma continuidade dessa tendência de melhora? Acho que essa é a minha dúvida.

#### **Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde de Odontológico)**

Oi, Thiago, Raquel novamente. Na realidade, sim, é fruto de uma série de ações estruturantes. Agora lembra que a gente estava falando de um trimestre, a gente sempre tem que olhar períodos mais longos para não ter a questão da sazonalidade. Na linha do que é estruturante também vale ressaltar o esforço de toda a equipe comercial e de pós-vendas que tem mantido a venda e a retenção de clientes em níveis altíssimos, então, tudo isso corrobora para esse resultado que a gente vem apresentando aqui.

#### **Thiago Kapulskis (BTG Pactual)**

Está jóia, obrigado pelas respostas, pessoal.

#### **Operador**

A próxima pergunta vem de Felipe Salomão – Citibank.

#### **Felipe Salomão (Citibank)**

Oi, bom dia, Gabriel, Bottas, Raquel, demais participantes do call, obrigado pela oportunidade de fazer pergunta. Eu tenho uma pergunta sobre o seguro de saúde. Especificamente sobre o ambiente competitivo no mercado de seguro de saúde. A sinistralidade do principal competidor não verticalizado da SulAmérica melhorou bastante no primeiro trimestre e esse *player* também está com um discurso bastante contundente sobre empacotamento de custos, melhora de gestão e por aí vai. A minha pergunta é se vocês têm notado que esse competidor ou outros *players* tem se tornado um pouco mais agressivo nos preços, uma vez que o *loss ratio* dele está melhorando e como o *loss ratio* cai, a rentabilidade aumenta, ele pode ficar um pouco mais corajoso para tentar ser um pouco mais agressivo em preço ou se vocês não estão vendo esse movimento ainda, essa é a minha pergunta.

#### **Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde de Odontológico)**

Oi, Felipe, é a Raquel, obrigado pela pergunta. Bom, o ambiente competitivo no que diz respeito a saúde e odontológico nunca foi simples. Ele sempre é um ambiente bastante aguerrido, de fato com uma competição entre esses principais *players*. Eu não tenho visto nenhum tipo de agressividade maior do que a já observada ao longo dos últimos tempos e

tampouco alguma agressividade nesse formato alteraria a nossa estratégia e a nossa política de precificação e retenção de clientes. A gente acredita fortemente aqui que com um *underwriting* bem estruturado, bem feito, a gente vai conseguir reter o cliente aqui por muito mais tempo e conseguir as margens esperadas, mas de fato eu não tenho visto nenhuma alteração de conduta dos grandes *players*.

**Felipe Salomão (Citibank)**

Legal, Raquel, muito obrigado pela resposta.

**Operador**

A próxima pergunta vem de Mohammed Ahmad – Foyston, Gordon & Payne.

**Mohammed Ahmad (Foyston, Gordon & Payne)**

Oi, pessoal, muito obrigado por aceitarem a minha pergunta. Eu tenho duas perguntas, a primeira é em relação aos prêmios do setor de automóvel. Obviamente o volume da frota média foi muito bom, mas, como esperado, os prêmios diminuíram dado as melhorias na questão de segurança pública. Devemos esperar para, o resto do ano, que a precificação vai compensar o volume para vocês? A minha segunda pergunta é em relação ao G&A. Temos visto nos últimos anos uma tendência de queda em G&A como percentual da receita, devemos continuar esperando isso ou isso se estabilizará como percentual da receita ou até mesmo aumentar, porque claramente no primeiro trimestre cresceu mais rápido do que a receita? Obrigado.

**Eduardo Dal Ri (Vice-Presidente de Automóveis e Massificados)**

Olá, Mohammed, bom falar com você de novo. A sua pergunta diz respeito sobre como vai o automóvel para o resto do ano, como a SulAmérica vai se comportar. O que eu tenho a dizer é que o ano está bem atípico no *topline*, no prêmio, não para a SulAmérica, mas para todo contexto competitivo e para o prêmio disponível no mercado. Eu falei na resposta anterior sobre uma pequena redução de preço no prêmio médio pela melhora do cenário de risco. Está difícil falar sobre o resto do ano, mas a nossa expectativa é que melhore um pouco, pelo menos que ele vá para o campo positivo e a gente busque no mínimo índices de crescimento, estou falando do mercado, parecidos com o ano passado. É um ano pressionado no *topline*, naturalmente, mas a gente acredita que ele tende, daqui para frente, dada a melhora da venda ou de emplacamento de veículos no Brasil, ele tenda a correr para o lado positivo a partir de agora para o final do ano.

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

Mohamed, Ricardo falando, obrigado pela pergunta. Você nos questionou em relação ao nosso índice de despesas administrativas que vem ano a ano apresentando consistente melhoria em relação à receita e se essa performance do primeiro trimestre representaria uma estabilidade desse índice, como se nós já tivéssemos atingido um patamar de estabilidade ou se ainda existiria oportunidade de melhorar como nós vínhamos fazendo nos últimos anos. Eu comentei na parte introdutória do call, em relação a alguns aspectos específicos que justificaram esse crescimento, com o objetivo exatamente de mostrar que nada nos limita a continuarmos apresentando consistente melhoria desse índice, entretanto, como você já nos conhece bem, nós não apresentamos nenhum tipo de *guidance* em relação a esse índice para os próximos trimestres e anos, mas as questões que geraram esse efeito no período, nós acreditamos que não são questões que nos impedem de continuar melhorando o índice da despesa em relação à receita.

---

**Mohammed Ahmad (Foyston, Gordon & Payne)**

OK, excelente, muito obrigado, pessoal, e ótimo resultado. Obrigado.

**Operador**

A próxima pergunta vem de Eduardo Nishio – Brasil Plural.

**Eduardo Nishio (Brasil Plural)**

Obrigado a todos, obrigado pela oportunidade de apresentação. Eu tenho duas perguntas que estão mais voltadas para a parte de saúde, queria saber do pessoal de saúde, da Raquel, se pudesse dar um pouco mais de cor na parte de cuidado coordenado, no projeto piloto aqui em São Paulo, como está se desenvolvendo e depois eu faço a segunda pergunta. Obrigado.

**Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde de Odontológico)**

Oi, Nishio, Raquel, tudo bem? Obrigada pela pergunta. A nossa estratégia do cuidado coordenado já não pode mais ser chamada de piloto a partir do momento que a gente tem mais de 130 mil beneficiários participando disso, mais de 230 mil consultas geradas, mais de 1.200 médicos também cadastrados no programa, ela já ganhou uma força impressionante nos últimos meses e esses números de consultas vão ficando cada vez maiores nos meses mais recentes. Então, nós temos diversas, pelo menos 7 frentes dentro do nosso planejamento estratégico trabalhando agora na estratégia do cuidado coordenado para a gente conseguir massificar cada vez mais, colocar a estratégia digital cada vez mais ao alcance dos nossos beneficiários em todas as carteiras. Então, no mês passado, nós fizemos a liberação do Médico na Tela para crianças até 12 anos, para que os pais consigam pegar algum tipo de orientação com o pediatra na tela, no conforto da sua residência, sem precisar sair de casa, então esse é o tipo de estratégia que tem saído de lá de dentro. Na realidade, você mencionou também que estava aqui em São Paulo. O cuidado coordenado iniciou sim aqui em São Paulo, mas hoje em dia está presente em mais de 19 municípios, na minha contagem de ontem, isso é muito vivo, então eu já posso estar com o número desatualizado. Nós já temos 61 especialidades médicas participando, no início do projeto, no ano passado, você tem razão, estava em São Paulo com 2 especialidades, então você vê como ganhou tração nos últimos meses. Obrigada pela pergunta.

**Eduardo Nishio (Brasil Plural)**

Qual é o cronograma de *roll out* do cuidado coordenado para outros estados fora do estado de São Paulo, ou talvez também para o interior de São Paulo, vocês têm algum cronograma?

**Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde de Odontológico)**

Oi, Nishio, nós temos, mas essa divulgação a gente não faz. De forma geral, tem uma penetração já relevante em todas as regiões onde tem concentração de vidas da SulAmérica, então é ganhar tração de forma mais acelerada ou um pouco mais lenta em cada uma dessas regiões, mas nós já temos essa rede bem espalhada, está OK?

**Eduardo Nishio (Brasil Plural)**

E esses resultados estão sendo positivos?

**Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde de Odontológico)**

Sim, NPS altíssimo, sempre acima de 80, então o beneficiário está extremamente satisfeito e o cliente final também, digo CNPJ, empresa, uma vez que os índices de retenção são altíssimos também. Quando eu falo de empresarial, acima de 95, e no PME, acima de 86.

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

Nishio, é o Bottas. Se você me permite, lembrando... A gente vem falando muito da questão de coordenação de cuidado e a gente fala que ele é um investimento que tem um NPS que é um resultado das iniciativas, que é um resultado de curto prazo, mas é um investimento de longo prazo, OK? Nós estamos investindo na sustentabilidade.

**Eduardo Nishio (Brasil Plural)**

Perfeito. E acho que a minha última pergunta, que é essa segunda pergunta, é muito mais em relação à nova posição da Raquel, parabéns pela vice-presidência, queria saber se tem algo de novo que a gente pode escutar da SulAmérica em relação a saúde. Sempre teve um posicionamento de inovação no setor e eu queria saber se a gente pode esperar algo diferente disso nos próximos meses. Obrigado. Se muda alguma coisa, alguma estratégia...

**Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde de Odontológico)**

Nishio, obrigada. Como você sabe, eu estou na Companhia há 8 anos, então eu acho que meu maior compromisso é a manutenção de toda estratégia que construímos juntos ao longo dos anos e a novidade é uma coisa que corre nas nossas veias, então se você pode esperar novidades? Sempre... Sempre pode. A gente vem trabalhando em projetos de *mid-ticket*, por exemplo, com foco em aumentar o *market share* da Companhia, entrada em nova classe por meio de estruturação e lançamento de novos produtos um pouco mais acessíveis e talvez mais regionalizados, parcerias estratégicas, modelos de remuneração diferenciados com compartilhamento de risco. Então esse é o tipo de coisa que você pode esperar que vem pela frente. Obrigado mais uma vez.

**Eduardo Nishio (Brasil Plural)**

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.”