

Transcrição da teleconferência – Q&A – 2T19

Operador

Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. A nossa primeira pergunta vem de Mariana Hernandez – Credit Suisse.

Mariana Hernandez (Credit Suisse)

Oi pessoal, bom dia. Obrigada por aceitarem a minha pergunta e parabéns pelos resultados. A minha pergunta é em relação ao segmento de Saúde, especificamente sobre o plano que vocês lançaram: Plano Direto, em São Paulo e no Rio. Tem três pontos que eu queria entender um pouco melhor sobre o lançamento desse plano. O primeiro é: como vocês pensam na sinistralidade individual de um plano que vocês lançam, ou seja, vocês são capazes de lançar um plano que tem uma sinistralidade diluível para o resto da base por ter uma capacidade de crescimento, um mercado endereçável muito maior, ou seja, como essa equação de crescimento e rentabilidade funciona para vocês quando lançam um plano. O segundo ponto é que talvez vocês tenham como compartilhar mais detalhes em como foi a negociação com os provedores que estão inclusos na cobertura, há quanto tempo vocês estão falando com eles, qual foi o ponto mais difícil de colocar em pé na negociação, enfim... se vocês puderem contar um pouco mais a história. E no terceiro ponto, eu queria entender qual é o próximo passo para vocês conseguirem baixar ainda mais esse ticket, ou seja, qual é a variável que ainda pega para esse ticket não conseguir ser menor do que ele já está sendo. São esses três pontos, obrigada.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Mariana, Raquel, tudo bem? Bom dia. Obrigada pela pergunta. Eu vou começar do fim e depois eu vou te pedir para repetir o começo da sua pergunta por que não ficou claro o áudio para a gente. Na realidade a gente iniciou o lançamento de uma nova família, de uma nova linha de produtos, então, o primeiro produto que foi lançado no Rio de Janeiro, é o Direto Rio, há um pouco mais de um mês atrás e essa semana nós fizemos o lançamento do Direto Sampa. Essa é uma estratégia pautada, sempre olhando com foco na sustentabilidade do setor, trazendo um alinhamento de interesses de propósito entre a operadora, os prestadores, o cliente e o beneficiário final. Cuidado coordenado sempre permeando tudo isso, com o beneficiário no centro de todo cuidado e a gente conseguindo apoiar em toda jornada de cuidado com foco cada vez mais na saúde e não na doença. Quando a gente fala de alinhamento de propósito, já passando para a sua segunda pergunta, que é em relação à negociação com os prestadores, eu acho que felizmente a gente tem vivido um momento entre os prestadores, grande parte deles, tem olhado para esses desafios que a gente vê nesse setor e tem buscado formas inovadoras de negociação, então não existe um único modelo de remuneração viável para trazer esse alinhamento de propósito à tona. No produto Direto Sampa, por exemplo, mais de um modelo de remuneração está sendo aplicado, então nós temos *capitation* e *bundle* funcionando, junto com diversos modelos de remuneração que trazem esse alinhamento de propósito. No caso Direto Sampa, temos uma parceria forte com o Dr. Consulta, que tem mais de 40 unidades já estabelecidas em São Paulo, muitas delas funcionando inclusive aos finais de semana, para fazer todo primeiro atendimento, todo atendimento ambulatorial, com foco em atenção primária. Para o que é secundário, terciário, também tem outros 12 hospitais parceiros de renome, inclusive o hospital Alemão Oswaldo Cruz, unidade Vergueiro, que participa com todo *know how*, todo corpo clínico de excelência que é reconhecido há muitos anos. Toda essa estratégia olha para a gente conseguir absorver cada vez mais uma fatia maior do mercado. A gente sabe bem que esse mercado pode e deve

crescer, 23% da população tem saúde suplementar e esse passo é um passo que olha para a gente conseguir abarcar cada vez mais fatias da população.

Mariana Hernandes (Credit Suisse)

Entendido Raquel, obrigada. Repetindo a primeira pergunta... era um pouco sobre como funciona na cabeça de vocês a equação entre potencial de crescimento e rentabilidade, ou seja, é possível que vocês lancem um plano que tem um sinistro dilutivo para a base porque ele realmente tem um mercado endereçado muito maior ou vocês realmente não lançam nada que tem um sinistro de dilutivo, enfim, como funciona e como o Direto se posiciona dentro da cadeia de sinistros de vocês.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Entendi Mariana, obrigada por repetir. A nossa meta de rentabilidade no que diz respeito a lançamento de novos produtos é sempre a mesma então isso não muda, todos os produtos que estão sendo lançados, então, esses dois que já vieram e outros que virão sempre terão a mesma meta de rentabilidade. Obrigada.

Mariana Hernandes (Credit Suisse)

Está ótimo, obrigada.

Operador

A próxima pergunta vem de Eduardo Rosman – BTG Pactual.

Eduardo Rosman (BTG Pactual)

Oi, bom dia a todos, eu tenho algumas perguntas. Primeiro eu queria saber se tem alguma novidade com relação ao fato relevante que vocês soltaram no começo do mês passado sobre as conversas com a Allianz, sobre uma potencial venda do negócio de Automóvel, se as conversas continuam e se tem algum prazo para vocês darem alguma resposta, essa seria a minha primeira pergunta. Na segunda, eu queria entender como vocês olham a Companhia, obviamente vocês olham a Companhia como um todo, acho que o ROAE está bastante forte nos últimos doze meses, está na casa dos 17%, acho que bem superior ao número de dois, três anos atrás e com uma Selic bem mais baixa, mas queria entender como é que vocês olham os ROAEs por segmentos. Vocês poderiam dar uma ideia de quais segmentos estão performando melhor, imagino que o Saúde, que nos últimos anos tem apresentado uma boa melhora, deve estar com um ROAE maior do que a média SulAmérica como um todo, queria saber se é isso mesmo. Para finalizar, queria entender de vocês se existe a possibilidade ou interesse de começar a operar com hospitais, a gente tem cada vez mais a discussão de qual modelo de negócio é melhor, se é *player* verticalizado ou não verticalizado, essas discussões tem aumentado, acho que historicamente vocês sempre foram bem claros e vocais de que não, que o negócio de vocês é outro, queria entender se isso pode mudar ou se vocês veem isso como uma possibilidade ou não. Obrigada.

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

Rosman, bom dia, aqui é o Bottas. Sobre a primeira pergunta, como a gente comentou no fato relevante, a gente não tem muito que falar, mas o processo segue dentro daquela mesma linha que nós comentamos naquele fato relevante. Só para reforçar isso, a Companhia tem como costume a sua política de divulgar apenas transações celebradas, e normalmente transações dessa natureza estão protegidas por condições de confidencialidades que nos restringem de ficar fazendo comentários sobre processos e sobre transações. Em relação ao ROAE, o retorno da Companhia, aqui é importante destacar e a gente sempre dá essa ênfase, a

Companhia faz uma gestão de capital que a gente tenta em fazer uma otimização, por isso a gente não entra nessa leitura de tentar ficar fazendo um retorno relativo em cada unidade de negócio dada a nossa gestão de capital dentre as diversas empresas que estão embaixo do guarda chuva da Companhia aberta. São muitos componentes nessa equação, não é algo tão simples de discutir dessa forma relativa, os resultados por unidade de negócio, nós divulgamos, acho que talvez a melhor forma, se eu puder te dar um *feedback*, é você fazer essa análise do resultado por unidade de negócio da forma que nós divulgamos, observadas as necessidades de solvência e capital regulatório de cada linha de negócio que também são divulgados pelos reguladores. Em relação à Companhia, eu gostaria que você continuasse dando essa ênfase na nossa leitura do retorno consolidado e dos resultados consolidados, que é essa a nossa ênfase como gestão do nosso portfólio de todas as linhas de negócio. Aproveitando o gancho do seu primeiro comentário, que na realidade é uma constatação, ficamos satisfeitos quando conseguimos entregar uma performance operacional, que a despeito da queda da Selic nos últimos 3 anos de uma forma bastante forte, nós conseguimos entregar um retorno e um crescimento como resultado de muitos anos, não é uma entrega de curto prazo, é resultado de investimento de muito tempo para poder ter uma melhoria da margem operacional e conseguir entregar um crescimento de retorno mesmo com a queda da Selic nesses últimos períodos. Acho que é uma entrega, a constatação que você colocou no início da sua pergunta da nossa capacidade, em termos, e aí enfatizando o meu ponto, em termos consolidados de conseguir constantemente entregar esse crescimento de retorno. Vou passar a última pergunta para a Raquel.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Rosman, bom dia. Com relação a sua pergunta sobre verticalização, se existe interesse na compra de ativos hospitalares, acho que a gente já vem falando disso há bastante tempo, a estratégia por aqui está bem definida tanto a curto quanto a longo prazo. Não, não está no nosso radar, mas a gente tem muito no nosso radar a estratégia de verticalização virtual, então a gente não acredita que necessariamente precisa ter a parede de um hospital para a gente conseguir alinhar o interesse do prestador e ter um produto com uma precificação mais agressiva onde o prestador recebe a sua remuneração por performance alinhada ao propósito com o que a gente vem tratando no cuidado coordenado, a chave de tudo isso é a informação. Esses produtos que nós lançamos da família Direto, lá no Rio de Janeiro com a Rede D'Or e aqui com o DR Consulta, Oswaldo Cruz, Sabará, Sepaco, é a tração de tudo isso, de todas as estratégias de verticalização virtual, com produtos sem reembolso, tem reembolso apenas para terapias aonde a gente consegue fazer uma concentração no atendimento nesses prestadores com a informação e toda jornada do beneficiário compartilhada entre todos nós. Só para te dar alguns números de como a gente está vendo as medidas de estratégia, a gente tem mais de 326 mil consultas já realizadas dentro da plataforma de cuidado coordenado, mais de 182 mil beneficiários também participando disso e 1.500 médicos, a entrada agora na família Direto traz também prestadores hospitalares, clínicas, hospitais, laboratórios, para participar das estratégias do cuidado coordenado junto com a gente, então a resposta é não.

Eduardo Rosman (BTG Pactual)

Está claríssimo! Raquel e Bottas, muito obrigado.

Operador

A próxima pergunta vem de Felipe Salomão – Citibank.

Felipe Salomão (Citibank)

Oi, bom dia Gabriel, Bottas, Raquel, demais participantes. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas e parabéns pelo resultado. Eu tenho duas perguntas, a primeira é com relação ao

crescimento de vidas seguradas no segmento de saúde. Quando a gente olha para as adições líquidas no trimestre, de Saúde apenas, excluindo Odonto, estou olhando para PME, Individual e Empresarial, o número foi de 4 mil novos beneficiários. No primeiro trimestre desse ano, as adições líquidas foram de 36 mil novos beneficiários, então, eu queria entender um pouco o que poderia estar por trás dessa pequena desaceleração e como vocês estão olhando para esse número de adições líquidas para os próximos trimestres, levando em consideração também o lançamento da SulAmérica Direto, tanto em São Paulo quanto no Rio de Janeiro. A minha segunda pergunta é com relação à sinistralidade de Saúde, a queda da sinistralidade foi bastante forte neste trimestre, 100 BPS versus o segundo trimestre do ano passado, se você olha o acumulado do ano a melhora foi ainda mais forte de 130 BPS versus o mesmo período do ano passado. A minha pergunta é se esse patamar de melhora de sinistralidade que vai de 100, 130 BPS ano contra ano, ele é algo sustentável até o fim desse ano, ou se vocês acreditam, dado a dinâmica do *business* pode ser que em algum trimestre haja alguma concentração de pagamentos para os fornecedores e com isso esse *ratio* de melhor índice de sinistralidade entre 100 e 130 BPS acabe sendo um pouco acertado, mas ainda assim entregando melhor ano contra ano como você tem feito de maneira consistente já faz 3 ou 4 anos. Eu pergunto isso porque no quarto trimestre do ano passado a sinistralidade versus o quarto trimestre de 2017 subiu 180 BPS de sinistralidade saúde. Então, eu só queria entender como está a cabeça de vocês para o resto do ano. Obrigado pela oportunidade de fazer pergunta.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Salomão, bom dia. Obrigada pela pergunta. Com relação ao crescimento de beneficiários, quando você olha a comparação com o primeiro trimestre versus o segundo trimestre, o que eu posso te garantir é que em termos de estratégia de *underwriting*, subscrição, a gente continua de forma muito consistente em estratégia, inclusive iniciada desde 2012, preço cada vez mais feito de acordo com a realidade de cada cliente, o que traz uma permanência, uma manutenção da nossa base de clientes durante muito tempo, porque a gente não tem grandes soluções quando tem a negociação de reajuste. Então, a sazonalidade de mercado é natural, cenário econômico a gente não vê nada aqui de muito diferente que possa indicar alguma queda. Com relação à sinistralidade, acho que você mesmo fez a pergunta e iniciou a resposta... a gente acredita cada vez mais no olhar de longo prazo, tudo o que a gente está fazendo e vem colhendo é fruto de estratégias iniciadas a muito mais de 5 anos, então compra direta de materiais, negociação com prestadores, auditoria, tudo isso começou a muito tempo e tudo isso continua. A gente olha o semestre com muita atenção, sempre ficamos muito felizes com o resultado como a gente está vendo agora, mas a nossa estratégia é sempre olhar para um período maior então, por isso, olhar o semestre é razoável, mas principalmente olhar o ano como foi a fala inicial do Bottas, é fundamental.

Felipe Salomão (Citibank)

Raquel, obrigado pelas respostas.

Operador

A próxima pergunta vem de Eduardo Nishio – Brasil Plural.

Eduardo Nishio (Brasil Plural)

Bom dia a todos, obrigado pela oportunidade. Queria explorar um pouco mais o SulAmérica Direto, se vocês pudessem confirmar o ticket médio que está anunciado pela imprensa entre R\$130,00 e R\$190,00 dependendo da praça, e se pudessem fazer uma comparação com os seus pares nesse setor que seria provavelmente Hapvida e Intermédica, como vocês estão posicionados em relação a eles e também se pudessem nos dar um pouquinho do *addressable*

market que vocês estão expandindo, qual é o tamanho de mercado que vocês pretendem alcançar com esse ticket médio? Obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Nishio, Raquel, obrigada pela pergunta. A família Direto como eu disse inicialmente na pergunta da Mariana, ela vem para ampliar cada vez mais a nossa capacidade de absorção de novos beneficiários, o que você viu na mídia, os preços comentados e o que a gente tem como meta é sempre entrar um degrau abaixo do que a gente tem de primeiro produto de prateleira hoje. Então tanto no Rio quanto em São Paulo, eu não vou entrar nos valores necessariamente, mas eu vou te dar uma informação percentual, em média 20% abaixo do primeiro produto de prateleira hoje. Claro que comparar com produtos de qualquer concorrente aqui seria impossível, mas eu te digo que a gente consegue ampliar consideravelmente a nossa proposta de atuação, então sempre olhando para a solidez da marca, para os serviços que a gente já tem disponíveis, extremamente inovadores trazendo flexibilidade para o beneficiário estando presente na hora, no momento, no formato que ele precisa. A gente tem no aplicativo o ONT, chat, Médico na tela para crianças abaixo de 12 anos e a gente vê tudo isso como diferencial do que o mercado tem hoje, então eu não consigo te precisar números de qual novo mercado vocês esperam atingir com isso, mas eu te digo sem sombra de dúvidas que isso nos dá uma fatia a mais de mercado para entrar com novos produtos.

Eduardo Nishio (Brasil Plural)

Obrigado. E alguma ideia de *addressable market* que você possa nos dar?

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Não, a gente não tem esse número.

Eduardo Nishio (Brasil Plural)

OK, obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Obrigada.

Operador

A próxima pergunta vem de Felipe Salomão – Citibank.

Felipe Salomão (Citibank)

Oi senhores, obrigado pela chance de fazer outra pergunta. Eu tenho uma pergunta em relação aos dividendos. O ROAE da empresa vem aumentando de forma sustentável já faz alguns trimestres mesmo com a queda da Selic, como o Bottas comentou durante a apresentação, e hoje ele já está em torno de 17%, não existe espaço para que a empresa comece a distribuir um pouco mais de dividendos para os seus acionistas uma vez que estamos vendo essa expansão de rentabilidade e com isso enfim, da pra reter para continuar crescendo como o percentual do lucro acaba diminuindo? Obrigado.

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

Salomão, Bottas. Eu vou aproveitar a sua pergunta para reforçar o nosso posicionamento de estrutura de capital. A Companhia tem definida a sua estrutura de capital em termos consolidados para preservar um nível de endividamento que pode oscilar entre 20 e 25% em

relação a alavancagem, ou seja, dívida em relação ao patrimônio líquido e tem a sua política de dividendos estabelecida em 25%. A nossa crença é de que dentro dos nossos modelos e estimativas essa política de capital, ela é adequada para suportar o nosso crescimento orgânico. Em algumas situações ela também pode suportar algum movimento que não seja relevante e inorgânico então o que eu posso te dizer hoje é que essa estrutura de capital está adequada e não existe nenhum indicativo de alteração de curto prazo em relação a política.

Felipe Salomão (Citibank)

OK, obrigado Bottas.

“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.”