

Transcrição da teleconferência – Q&A – 3T19

Operador

Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. A nossa primeira pergunta vem de Felipe Salomão – Citibank.

Felipe Salomão (Citibank)

Oi, bom dia Gabriel, Bottas e demais participantes do call. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. Tenho duas perguntas, a primeira é em relação a este pequeno aumento no *loss ratio* de saúde no trimestre, comparado com o mesmo trimestre do ano anterior. Bottas, você comentou, na sua apresentação, que o aumento foi causado por variações sazonais e alguns efeitos isolados, se eu entendi corretamente. Eu gostaria de pedir, por favor, se vocês poderiam dar um pouco mais de cor para nós, para que possamos entender exatamente o que causou esse aumento. Eu entendo que é sazonal, entendo que o importante é ver no longo prazo, eu concordo com vocês, eu só queria ter um pouco mais de cor para tentar entender qual foi a história do trimestre. Essa foi a minha primeira pergunta, a segunda pergunta é se vocês poderiam nos atualizar com relação ao SulAmérica Direto, como estão as vendas, como está sendo a receptividade nas praças que vocês já abriram, para a gente também ter uma ideia de como esse produto está evoluindo. Muito obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Salomão, é a Raquel. Bom dia, tudo bem? Obrigada pela pergunta. Com relação à sinistralidade de Saúde, nós temos um impacto causado em função de uma quantidade de dias úteis maior no terceiro trimestre de 2019 quando comparado com 2018, mais especificamente 2 dias úteis, e o ano passado também apresentou dois efeitos não recorrentes que impactaram, de certa forma a frequência, que foi a Copa do Mundo e a greve dos caminhoneiros, então, quando somamos esses três efeitos, a gente, de fato, traz um impacto na sinistralidade do ano passado e quando fazemos essa comparação dá uma falsa impressão de que teve uma piora efetiva. Em termos de estratégia macro, tudo o que a gente vem fazendo e compartilhando com vocês durante os últimos anos, principalmente na estratégia do cuidado coordenado, que é interferir de forma positiva e qualitativa na jornada de saúde dos beneficiários, vem ganhando cada vez mais tração. A gente finalizou o ano de 2018 com aproximadamente 110 mil beneficiários na plataforma, na posição de ontem, 07 de novembro, nós já temos 260 mil beneficiários na plataforma. Então, o efeito foi completamente pontual, dois dias úteis a mais em 2019, não teve Copa, não teve greve e de resto a estratégia está completamente mantida. Ainda, ressaltando o ponto que o Bottas mencionou, quando a gente olha o acumulado dos nove meses, é o melhor número desde 2011. Com relação ao produto Direto - Família Direto, que foi lançado no início desse ano, está seguindo de acordo com o que estávamos esperando, a estratégia de *rollout* segue mais forte agora para os próximos meses, entrando também em outras carteiras, e eu tenho prazer de anunciar aqui hoje o lançamento do Direto Curitiba, um produto também regional, também da família Direto, construído em parceria com o Dasa e com o hospital Santa Cruz, principalmente lá em Curitiba, também contando com outros prestadores da região.

Felipe Salomão (Citibank)

Legal Raquel. Ficou claro, muito obrigado pela explicação e parabéns pelo lançamento de mais um produto da Família Direto.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Obrigada.

Operador

A próxima pergunta vem de Henrique Navarro – Santander.

Henrique Navarro (Santander)

Bom dia pessoal, obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. A minha pergunta é mais sobre o número de membros. Houve um crescimento na faixa de 4%, em 1 ano, no número de membros, mas o número que vocês publicam é a foto do que está acontecendo, a gente não consegue saber como está a evolução disso, quantos saíram, quantos entraram, então se vocês puderem dar um pouco mais de visibilidade nisso, até para a gente entender como está o mercado de *healthcare*, como está a competição. Fazendo uma ligação dessa pergunta, porque se a gente está com mais ou menos 4% de crescimento no número de membros, o crescimento que vocês colocaram de prêmio foi muito mais forte, sendo que todo o segundo semestre é o momento onde grande parte das apólices de vocês, são reprecificadas. Eu posso entender, a partir disso, um crescimento bem mais forte na faixa de 11% de prêmios com um crescimento de 4% na base de clientes, que vocês estão tendo sucesso nesse processo de reajuste de preços que inicia de maneira mais forte nesse segundo semestre? Obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Oi Henrique, aqui é a Raquel, obrigada pela pergunta. Começando pelo final, eu acho que sim, você pode entender que a nossa estratégia de crescimento e rentabilização da carteira continua de forma muito sólida, então a gente vem conseguindo através das equipes de pós-vendas e da área comercial, inserir altos índices necessários de reajustes na nossa base. Com relação à venda, cancelamento e tudo isso, o que eu posso te dizer é que o mercado, como sempre, é um mercado altamente competitivo, está bem movimentado, os números de vendas estão, de fato relevantes, e isso, combinado com o índice de retenção, que é historicamente alto, está gerando esse movimento positivo na carteira. Acho que outro ponto que vale ressaltar com relação ao Odonto, de crescimento orgânico cada vez mais, através também das equipes de pós-vendas e comercial, a gente consegue alavancar cada vez mais a relação de vida-odonto por vida-saúde e isso é motivo de muita satisfação para nós.

Henrique Navarro (Santander)

Ok, muito obrigado.

Raquel Giglio (Vice-Presidente de Saúde e Odontológico)

Obrigada.

“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.”