

**Operadora:**

Boa tarde, senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Qualicorp para discussão dos resultados do 3T18. Estão presentes hoje conosco: o Sr. José Seripieri Filho, CEO da Companhia; a Sra. Grace Tourinho, Diretora Financeira e de Relações com Investidores; e o Sr. Pedro Henrique Rocha Nocetti, Gerente de Relações com Investidores.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via webcast, podendo ser acessado no endereço [www.qualicorp.com.br/ri](http://www.qualicorp.com.br/ri), onde se encontra disponível a respectiva apresentação.

Informamos também que este evento será gravado e que os participantes ouvirão a teleconferência durante a apresentação da Empresa e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando \*0.

Gostaria agora, de passar a palavra à Sra. Grace Tourinho, que fará a abertura da teleconferência. Por favor, Sra. Grace, pode prosseguir.

**Grace Tourinho:**

Bom dia a todos, e muito obrigada pela presença neste *call* de resultados do 3T18.

Como em anos anteriores, os meses de julho a setembro, que caem exatamente neste trimestre, concentram a maior parte de reajustes de preços da nossa carteira. Cerca de 83% dos nossos clientes são reajustados nesse período.

Neste ano de 2018, o foco foi de reter os clientes dentro de casa, envolvendo todas as áreas de negócio da Companhia, no sentido de desenvolver produtos acessíveis e colocá-los à disposição do cliente através de comunicação e ofertas ativas para *downgrade*.

Com isso, conseguimos melhorar muito nosso desempenho, reduzindo a perda de vidas no comparativo com o ano anterior, mesmo após o reajuste.

A nossa expectativa neste ano é terminá-lo com uma perda líquida orgânica em torno de 60.000 vidas, versus uma perda de 160.000 que ocorreu em 2017. Porém, ainda vislumbramos algumas oportunidades de absorver carteiras no mercado.

Agora eu passo a palavra ao Pedro. Pedro, por favor.

**Pedro Henrique Rocha Nocetti:**

Muito obrigado, Grace. Boa tarde a todos. Começando no slide número quatro, vamos falar um pouco sobre portfólio, onde fechamos o 3T18 com uma melhora do *churn* com relação ao 3T17. Melhora essa que vem não só nos níveis absolutos, como também nos níveis relativos de *churn*, como percentual da carteira no início do período.

Isso é um efeito claro do trabalho de retenção da Companhia. Só para efeitos comparáveis, nós conseguimos, no 3T18, fazer *downgrade* de mais de 28.000 vidas, valor que é mais que o dobro do que conseguimos fazer de *downgrade* no 3T17. Ou seja, foi um trabalho de retenção que demonstrou eficácia.

Quando analisamos especificamente a parte das adições, os *gross adds*, temos um crescimento no comparativo anual também, totalmente com vendas no varejo. Não houve aqui efeitos inorgânicos nesse volume de adições brutas do 3T18, sendo que a participação do segmento Clube de Saúde, tickets mais baixos, foi de 24% no total de adições brutas.

Com isso, encerramos o 3T18 com menos 42.000 vidas no portfólio, praticamente, uma perda 40% menor que a que tivemos no 3T17. Se olharmos o acumulado dos 9M18, o desempenho foi praticamente 73% melhor que os 9M17.

Passando o indicativo do 4T18, dados ainda preliminares de outubro indicam melhora anual, outubro 2018 contra outubro 2017, em termos de *net adds* um pouco abaixo de 50%. Ou seja, estamos perdendo menos vidas em outubro 2018 quando comparamos com outubro 2017. Nossa expectativa é que isso siga, como a Grace já adiantou, e que, claro, com produtos acessíveis disponíveis o ano todo, com esse trabalho de retenção sendo realizado também durante o ano todo, a expectativa é que consigamos retomar crescimento de vida ano contra ano daqui para frente.

Virando para o slide número cinco, falando um pouco sobre a receita, R\$491 milhões no 3T18. Temos o incremento sequencial contra o 2T por conta do reajuste de preço, e aí, dentro desse reajuste de preço, existe o impacto do ticket que entra, que é inferior à média de portfólio, e tem o impacto também do *downgrade*. Então, estamos vendo neste momento um aumento efetivo de ticket da ordem de 10% entre a carteira que tínhamos em junho e a carteira que tínhamos no mês de setembro.

Quando olhamos o comparativo anual, 3T17 e 3T18, temos uma redução na receita, e essa vem por conta do menor volume de vidas em portfólio, e também com um pouco menos de receita vinda de corretagem e agenciamento.

Passando já para a parte de custos e despesas da Companhia, no slide número seis, vocês podem observar que a margem bruta do 3T18 cresce, tanto no comparativo anual como no sequencial, de forma que temos conseguido capturar valor com menor gasto com pessoal, e também menor custo com royalties.

Quando pegamos o gráfico abaixo, demonstramos evolução de margem bruta ao longo dos últimos cinco trimestres, de forma que a captura de valor da Companhia tem sido consistente, mesmo em um cenário em que o crescimento da receita se mostra desafiador. Isso é trabalho interno, isso é olhar para dentro da Companhia e buscar resultado, buscar eficiência, buscar racionalizar o uso dos nossos recursos.

Slide número sete, falando sobre despesa administrativa. Temos queda no comparativo anual de cerca de 3%, um pouco mais, e queda no comparativo sequencial de quase 7%. Claramente, o benefício de menor gasto com pessoal.

Quando comparamos 2T18 com 3T18, não custa lembrar que o 2T18 teve um efeito extraordinário em gasto com pessoal, que não se repetiu no 3T, e muito da economia vem deste aspecto.

Quando observamos aqui o incremento anual em outras despesas administrativas, aqui existe o efeito de incremento em contingência regulatória.

Novamente, olhando para o gráfico, temos a evolução das despesas administrativas e o quanto elas ocupam da nossa receita. O trabalho existe também na parte de despesas administrativas, e a nossa tendência é também de racionalizar a despesa nessa rubrica.

Fechando a minha parte nas despesas comerciais, não custa lembrar que existe o impacto do IFRS 15 na forma como demonstramos as despesas comerciais. Existe o aspecto de comissão, tanto interna quanto de terceiros, por novas vendas. Essas são capitalizadas e transitam no resultado na linha de amortização, e soma-se a essa amortização também a amortização de campanhas de vendas atreladas à premiação por venda em si.

Já no 2T18, havíamos capitalizado cerca de R\$6,5 milhões em campanha de venda, e no 3T18 capitalizamos R\$7,7 milhões em campanhas de venda de premiação, de forma que isso transitará em nosso resultado pelos próximos 24 meses.

Quando pegamos o incremento em comissão de terceiros, aquela comissão que chamamos de comissão recorrente e co-corretagem, o incremento sequencial se deve à política de remuneração da Companhia com o canal externo, aquele canal externo que trabalha, nos auxilia a reter a vida, a manter a vida dentro do portfólio da Companhia e a trazer uma boa venda.

Isso é um gasto para a Companhia que traz retorno, traz o cliente bom e ajuda a reter também o cliente que gera resultado para a Companhia.

Não custa lembrar uma mensagem, que a força de vendas da Qualicorp está no seu corretor, está no canal de vendas. Não temos receio de rever a nossa política de vendas, incrementar se for necessário, desde que isso traga vida rentável para a Companhia no médio e longo prazo. Fizemos isso no começo do ano, revisamos isso quando necessário, e não temos receio de fazer novamente.

Dito isso, eu passo a palavra de volta para a Grace, que falará sobre PDD e demais destaques financeiros.

#### **Grace Tourinho:**

Indo para o slide nove, com relação à PDD, isso é uma grande surpresa, ela melhorou significativamente ante o 2T18. Conseguimos atingir um percentual de 5,2% da receita líquida.

E aqui, é importante destacar o trabalho intenso de recuperação das perdas computadas em trimestres anteriores, incluindo, principalmente, o segmento Aliança. Ante o ano anterior, mais do que dobramos o volume de perdas recuperadas. Ou seja, quando

comparamos o 3T17, em que recuperamos em torno de R\$4 milhões, passamos a recuperar R\$8 milhões no 3T18.

Adicional a isso, o que também nos ajudou muito, e como efeito não-recorrente, ou seja, muito pontual, foi a recuperação de R\$6 milhões referente a créditos de clientes com liminares junto às Operadoras. Com isso, nossa PDD ficou em um patamar bastante estável, e também acreditamos que conseguiremos ter essa recuperação no 4T, principalmente porque todo 4T focamos em uma campanha para buscar o 13º salário, porque nosso cliente tem um adicional de salário a mais. Isso nos ajuda, também.

Indo para o slide dez, falando um pouco sobre receita e despesa financeira, aqui, claramente, visualizamos a mesma tendência de resultado de trimestres de 2018, onde temos receitas financeiras com rendimento com aplicações financeiras sofrendo um pouco por conta da Selic. Obviamente, o rendimento que conseguimos aferir é muito menor que o ano anterior.

Juros e multas por atraso, também pela mudança da nossa política em novembro de 2017, passamos do patamar de multa de 10% para 2%. E com relação às despesas financeiras, temos a mesma situação quando falamos da atualização das debêntures, que sofre com o decréscimo da Selic.

E a atualização monetária das aquisições a pagar, só relembrando que já não temos mais nada, por conta de termos pago a última aquisição em outubro de 2017, que foi a Aliança. Então, basicamente, a receita financeira se mantém no mesmo patamar.

Com relação ao EBITDA, já no slide 11, aqui temos uma recuperação sequencial de volume e margem, associada principalmente à melhora nos gastos com pessoal e nas perdas com créditos incobráveis que viabilizaram um crescimento de quase 13%.

O nosso foco continua o mesmo, em ter uma Companhia eficiente, ainda com bastante espaço para melhorar.

Indo agora para o lucro líquido, na página 12, quando comparamos o 3T18 com o ano anterior, tivemos um lucro líquido praticamente estável, mesmo com redução do lucro operacional, atingindo uma margem de mais de 22%. No comparativo com o 2T18, um crescimento de quase 24%, a partir de melhora no resultado operacional, como já mencionado anteriormente.

Isso demonstra claramente a capacidade da Companhia de entregar resultados, mesmo em um cenário mais desafiador e ainda sendo forte pagadora de dividendos.

Com relação à alíquota efetiva de imposto, neste trimestre ficamos com 34,9%, contra 36,5% no 2T18 e 35,5% no 3T17.

Indo agora para o slide de CAPEX e endividamento, aqui destacamos que, em 28 de setembro de 2018, por decisão unânime do Conselho de Administração, foi firmado um contrato de *non-compete* com o nosso acionista fundador, cujo custo de aquisição é de R\$206,9 milhões, sendo R\$150 milhões do pagamento e R\$57 milhões do imposto de renda retido na fonte.

O contrato será amortizado pelo período de sua vigência, 72 meses, a partir de outubro de 2018. Excluindo o efeito do *non-compete*, a nossa dívida líquida em 2018 reduziria em torno de 60%.

Indo para o slide 14, para falar um pouco sobre nosso fluxo de caixa. Com relação ao nosso fluxo de caixa operacional, principalmente após CAPEX, de mais de R\$80 milhões no trimestre, levando-se em conta principalmente a melhora nas contas de capital de giro, mas com maiores investimentos em vendas.

Lembrando aqui que os juros das debêntures normalmente são pagos no 2T e 4T de cada ano.

Terminamos aqui nossa conferência. Agradeço a vocês, muito obrigada a todos, e agora passamos para as perguntas.

**Olivia Petronilho, JPMorgan:**

Bom dia. Obrigada por pegarem minha pergunta. Eu gostaria de focar um pouco na evolução do Clube de Saúde. Vocês comentaram de uma queda na participação das adições do Clube de Saúde. Eu queria entender como vocês estão vendo a performance daqueles novos planos que vinham começando em regiões fora do Nordeste em preços mais acessíveis, se esse é o motivo da queda da participação no Clube de Saúde, ou se vocês acreditam que já estamos vendo uma tendência menor de *downgrade*. Enfim, qual é o impacto que isso poderia ter no ticket médio? Obrigada.

**Pedro Henrique Rocha Nocetti:**

Olivia, boa tarde. Respondendo sua pergunta, o Clube de Saúde é um segmento nosso que vende muito bem. A grande questão é que nós aumentamos os incentivos, focamos em campanhas de venda para vender produtos com ticket mais alto, e foi um pouco deste resultado que vimos vendo já no 2T, e culminou no 3T em uma maior participação de venda de produtos de ticket mais alto, e o Clube de Saúde diminuiu um pouco.

O ponto importante é: primeiro, precisávamos ter os produtos em mãos. Conseguimos desenvolver esses produtos ao longo dos quatro, cinco primeiros meses de 2018, os colocamos inicialmente em nossos canais internos a partir de junho, e já no 3T18 colocamos esses produtos para serem vendidos no canal interno, e mexemos nos incentivos para vendê-los. Então, é um pouco isso o resultado que estamos vendo.

Nossa ideia é vender um pouco de tudo, mas claro, vemos espaço para produtos com ticket médio mais alto que o segmento do Clube de Saúde.

**Olivia Petronilho:**

Ótimo. Só para checar aqui, essa redução de ticket de 21% neste trimestre nas vendas versus os 30% que vimos no 2T já é reflexo desses produtos novos que vocês estão adicionando ao portfólio?

**Pedro Henrique Rocha Nocetti:**

No caso, a redução de 21%, você está se referindo aos *downgrades*, certo? A grande questão é que nós adotamos uma estratégia, Olivia, de fazer uma oferta ativa de *downgrade* para parte significativa da nossa base. E claro, tivemos muito mais clientes fazendo *downgrade*, isso foi algo que até citei no *call*, e temos uma mudança no perfil de *downgrade*, também. Temos pessoas que mudam de um segmento para outro imediatamente abaixo, e aí a redução de ticket é um pouco menor.

Esse pode ser um caminho. Você tem *downgrades* de 30%, mas tem um volume grande de *downgrades* com um ticket um pouco mais alto, cuja redução acaba sendo menor.

**Olivia Petronilho:**

Está ótimo. Obrigada.

**Marco Calvi, Itaú BBA:**

Bom dia. Minha pergunta é com relação aos repasses financeiros para as entidades. Observamos uma melhora substancial nessa linha ano contra ano, e eu gostaria de saber quais são as principais iniciativas da Empresa por trás dessa diminuição. É uma inteligência maior no repasse, uma mudança de perfil de entidade? Se vocês puderem comentar quais são as principais iniciativas da Empresa por trás dessa redução. Obrigado.

**Grace Tourinho:**

Marco, muito obrigada pela pergunta. Na realidade, é um pouco de cada coisa. Aí é uma combinação do *mix* dos produtos, das regiões em que estamos vendendo. Temos buscado trabalhar essa linha com bastante carinho, bastante cautela. A tendência é que ela continue absorvendo essas melhorias que vimos praticando, mas é um pouco de cada coisa dentro de um trabalho.

Eu não consigo distinguir uma ação muito específica. Na realidade, tem duas, três, quatro ações que vimos fazendo de forma a tentar conquistar esses objetivos que estamos apresentando.

Então, eu acabo não conseguindo responder muito bem a sua pergunta, mas estamos à sua disposição para uma coisa mais específica, para poder abrir posteriormente, caso não tenha ficado muito explicado.

**Marco Calvi:**

Perfeito, Grace. Obrigado.

**Pedro, Bank of America:**

Bom dia. Obrigado por pegarem minha pergunta, e parabéns pelos resultados. Na

verdade, eu tenho um *follow-up* da primeira pergunta: considerando que eventualmente o ambiente macro melhore olhando para frente, eu gostaria de perguntar se, pela sua visão, também já devemos esperar uma melhora mais forte na dinâmica de plano para o ano que vem, pensando tanto em base quanto em ticket médio através de um eventual *upgrade* de planos, ou se vocês esperam que a dinâmica ainda deva continuar um pouco mais desafiadora. É essa a minha pergunta. Obrigado.

**Grace Tourinho:**

Obrigada pela pergunta, Pedro. Francamente dizendo, por enquanto eu ainda vejo um cenário desafiador. Acho que é importante apresentar para vocês que na retomada da economia, na realidade, teremos o segundo ciclo, a segunda onda de melhoria dentro dessa economia. Então, acho que principalmente os profissionais liberais esperam, aguardam um tempo para voltar, ou até fazer um *upgrade* com relação ao seu plano.

Eu não tenho dúvida de que isso irá acontecer, havendo uma melhoria realmente significativa no país, mas não estamos esperando isso acontecer tão rapidamente. E por isso vamos arregaçar as mangas e fazer o dever de casa, aquele consistente de estar tentando buscar melhorias em outras linhas, enquanto a linha de receita tem dificuldades, sim, de ser apresentada.

**Pedro:**

Está claro. Obrigado, Grace.

**Guilherme Palhares, BTG Pactual:**

Bom dia. Obrigado por pegarem minha pergunta. Eu gostaria de fazer um *follow-up* no projeto de reestruturação societária da Companhia, principalmente no ponto de JCP, e talvez uma reestruturação da sua estrutura de capital. Se puderem comentar um pouco sobre isso. Obrigado.

**Grace Tourinho:**

Guilherme, obrigada pela pergunta. Aliás, essa é uma excelente pergunta. Isso me motiva bastante. Acho que o grande foco da Companhia, pelo menos dentro da área financeira, esse será um bom trabalho para executarmos no próximo ano. Não tenha dúvida, isso já está extremamente desenhado, com uma parte já realizada, que foi trazer a nossa holding para também ser uma corretora; ela já está montada, já está preparada para isso. Provavelmente, os próximos produtos já serão faturados através da corretora, e isso nos ajuda bastante.

Mas, óbvio, a ideia da Companhia é melhorar realmente sua estrutura de capital, finalizando com a incorporação da nossa corretora, que está abaixo, dentro da própria holding. Isso é uma coisa que poderemos entregar no ano de 2019. Não dá para mensurar ainda quando, mas eu gostaria de fazer o mais rápido possível.

**Guilherme Palhares:**

Perfeito. Obrigado.

**Vinicius Ribeiro, Bradesco:**

Bom dia. Obrigado por pegarem a pergunta. São duas, na verdade. Primeiro, com relação às comissões, que o Pedro até comentou um pouco da dinâmica de mudança de contabilidade, o valor ativado teve um aumento em relação ao trimestre passado e ao ano passado, pelos dados que conseguimos medir, e vocês têm sido bem claros de que podem dar mais incentivo para o canal, se for necessário. Eu gostaria de entender, dado o cenário que a própria Grace desenhou de *gross adds*, como vocês esperam que essa linha específica das comissões ativadas se comporte para o ano que vem.

**Grace Tourinho:**

Na realidade, como o Pedro falou, o que eu acho que é mais importante agora com relação às comissões é que existe uma inteligência por trás, qual é o tipo de comissão que vamos entregar para o corretor, em que praça será entregue e em que tipo de produto.

Eu não vejo problema nenhum em incentivar aqueles produtos que são mais atraentes para a Companhia em termos de rentabilidade ou determinadas praças. O interessante desse trabalho que está sendo desenvolvido é que eu não tenho problema de investir, contanto que esse investimento traga um retorno esperado, ou a expectativa que a Companhia está tendo.

Isso será feito. Eventualmente, podemos intensificar um pouco também o nosso investimento na área de marketing, mas o ponto aqui é que ficará o mesmo patamar daquilo que já começamos a investir, principalmente no 2T18.

**Vinicius Ribeiro:**

Perfeito, Grace. Só um *follow-up*, se você permitir: vocês têm algum produto que vocês pretendem incentivar mais? O Pedro até deu uma ideia em uma resposta anterior, mas eu gostaria de entender se é alguma coisa de produto com ticket médio mais alto, algo assim. Da maneira que eu entendo, você mesma falou que vocês têm uma recuperação demorando um pouco mais para o seu segmento. Só queria entender como conciliar essas duas coisas.

**Grace Tourinho:**

Na realidade, nossa intenção aqui é trazer um combinado. É um combinado de margem desse produto que gera uma margem maior para a Companhia.

Nesse caso, vimos tangenciando. Dependendo da praça, dependendo da concorrência que essa praça tem e o produto que ela pode gerar, efetivamente vimos trabalhando nisso. Ou seja, não dá para ser muito clara, até pela estratégia de venda, que tentamos deixar isso dentro de casa.

Ao mesmo tempo, só para lhe assegurar, existe uma inteligência por trás disso, e hoje eu



estou muito tranquila em fazer esses investimentos.

**Vinicius Ribeiro:**

Perfeito, Grace. Muito obrigado pelas respostas.

**João Matos, Santander:**

Bom dia. Na verdade, minha pergunta é bem rápida, um *follow-up* de PDD: eu gostaria de entender se o crédito referente às liminares junto às operadoras dos clientes é recorrente ou não-recorrente. Obrigado.

**Grace Tourinho:**

Não-recorrente. Isso é uma coisa pontual que aconteceu nesse período, e não teremos esse crédito ocorrendo a cada trimestre.

**João Matos:**

E quanto foi?

**Grace Tourinho:**

Precisamente, R\$6,1 milhões.

**João Matos:**

Obrigado, Grace.

**César, Credit Suisse:**

Boa tarde. Primeiramente, parabéns pelo resultado. Eu tenho duas perguntas, na verdade. A primeira é em relação ao *downgrade*. É possível observar que ele subiu muito em relação ao ano anterior. Quanto disso vocês acham que é sazonal, e quanto vocês acham que isso continuará daqui para frente?

E a segunda pergunta, conseguimos ver que o *gross adds* cai sequencialmente. Qual é seu *view* sobre isso?

**Pedro Henrique Rocha Nocetti:**

César, boa tarde. Com relação ao *downgrade*, é uma sazonalidade. A oferta ativa de produto acontece no ciclo do reajuste. A tendência é que esse nível de *downgrade* vá caindo nos próximos trimestres, e eventualmente ele pode subir no 3T19, quando entrar em um novo ciclo de ajuste, e aí eventualmente eu posso novamente fazer uma oferta ativa de produto mais barato. Com relação a *downgrade*, é essa a minha resposta.

A sua outra pergunta, sobre a queda sequencial de *gross adds*, aí existe também uma

sazonalidade, porque quando reajustamos o produto, reajustamos o estoque, mas também reajustamos a tabela de venda. Então, naturalmente, acaba havendo uma queda de *gross adds*.

A intenção é que, com novas campanhas, consigamos retomar isso nos meses daqui para frente.

**César:**

Muito obrigado. Só complementando, quando vocês acham que é o pico de *downgrades*.

**Grace Tourinho:**

Neste trimestre.

**Pedro Henrique Rocha Nocetti:**

Foi neste trimestre. A tendência é que caia.

**César:**

OK. Muito obrigado.

**Operadora:**

Não havendo mais perguntas, retorno a palavra para a Sra. Grace Tourinho, Diretora Financeira e de Relações com Investidores.

**Grace Tourinho:**

Muito obrigada. Termina aqui o *call*, e ficamos à disposição de vocês para poder responder qualquer dúvida que vocês ainda tenham com relação ao *call* ou ao resultado do trimestre da Companhia. Muito obrigada.

**Operadora:**

A teleconferência da Qualicorp está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham uma boa tarde.



**Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 3T18  
Qualicorp (QUAL3 BZ)  
09 de novembro de 2018**

documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”