

Operador:

Boa dia, senhoras e senhores, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Qualicorp, para discussão dos resultados do 4T20. Estão presentes hoje conosco o Sr. Bruno Blatt, CEO da Companhia, o Sr. Fred Oldani, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores, o Sr. Elton Carlucci, Vice-Presidente Comercial, Inovação e Novos Negócios, e o Sr. Pablo Meneses, Vice-Presidente de Operações e Relacionamento.

Algumas afirmações nesta teleconferência podem ser projeções ou afirmações sobre expectativas futuras. Tais afirmações estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet via *webcast*, podendo ser acessado no endereço <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 para o Sr. Bruno Blatt, que fará a abertura da conferência. Por favor, Sr. Bruno, pode prosseguir.

Bruno Blatt:

Olá a todas e todos. Obrigado pela oportunidade de compartilhar um pouco do nosso trabalho, dos nossos valores e dos nossos sonhos. Há muito o que mostrar em pouco tempo de Companhia.

Há muito o que apresentar do nosso crescimento e da nossa solidez como Organização, mas quero ir um pouco além. É momento de irmos um pouco além. A crise que vivemos precisa nos ensinar a conviver melhor, a pensar mais em nossas atitudes, a assumir nossa parcela de responsabilidade na melhoria do mundo.

Deixa eu recorrer a semântica, ao conceito das palavras, para chegar às atitudes. As palavras têm poder e delas quero me valer para modestamente deixar alguma contribuição na reflexão de vocês.

Temos usado o novo jeito Quali de ser para expressar nossas crenças em um negócio que envolve milhões de pessoas e que tem, como finalidade, proporcionar ao maior número de famílias possível um dos maiores sonhos do brasileiro: ter um plano de saúde.

Vamos à primeira semântica, vamos falar do novo. Novo é o que está nascendo, novo é o que não tem sujeiras acumuladas, novo é o que quebra paradigmas e arrisca com responsabilidade. Novo é o que não tem amarras a não ser as morais, e novo nada tem relação com a idade, pois há mulheres e homens com muitos de estrada que ainda se

encantam com os novos cenários que têm para explorar.

O novo na Quali foi a estratégia que escolhemos para crescer, respeitando os nossos acionistas, os nossos profissionais, os nossos corretores e os nossos clientes. O novo na Quali trabalha com três pilares, que têm em comum o ambiente mais inovador, com uso intensivo de tecnologia e de dados e dentro dos mais altos princípios de governança corporativa. Os três pilares são: crescimento, orientação ao cliente, pessoas e cultura.

A segunda semântica que eu quero compartilhar com vocês é exatamente o nosso primeiro pilar, crescimento.

Queremos crescer sempre e com qualidade e é o que estamos fazendo. Nosso objetivo é transformar a Quali em uma plataforma multicanal e multiprodutos, usando como base o ecossistema que já existe em torno do nosso segmento de planos coletivos por adesão.

Sistema esse que já possui milhões de clientes, milhares de corretores, centenas de entidades de classe e dezenas de operadoras de saúde. Dentro dessas iniciativas de crescimento, temos buscado cada vez mais diversificação de produtos e canais para ampliar o nosso escopo de atuação.

Nesse sentido, a Quali lançou, nos últimos meses, mais de 20 novos produtos, com destaque especial para as parcerias com as operadoras regionais e produtos voltados para famílias. Por exemplo, fechamos parceria com a Assim Saúde, com a Paraná Clínicas e com o Grupo NotreDame Intermédica, importantes operadoras de saúde do país, que trabalham com produtos em segmentos de regiões que tínhamos baixa penetração.

Também criamos um plano familiar com a SulAmérica, com descontos para inclusão de dependente, e nessa semana demos um novo passo na opção do seguro desemprego para os nossos clientes.

Com a Bradesco Saúde, lançamos um novo produto hospitalar, além dos produtos regionais. Reforçamos nossa parceria com as Unimed, trazendo mais de 10 novas cooperativas para a nossa plataforma ao longo do último ano, e temos muitas outras iniciativas sendo desenvolvidas e implementadas, que esperamos gradativamente lançar e comunicar para todos vocês.

Mas quero destacar que as organizações não têm um ponto estático, ou crescem ou ficarão para trás. Aqui, crescimento tem múltiplos significados, crescemos organicamente, crescemos com aquisições e crescemos todos os dias aprendendo uns com os outros.

Incorporamos, em 2020, carteiras de vidas como a Help, como a da Clube Care e, mais recentemente, da Muito Mais Saúde. Anunciamos e concluímos a aquisição da Plural e da Oxcorp, na maior operação da Quali nos últimos oito anos.

Todas estas aquisições são de extrema importância para a nossa estratégia de crescimento e trouxeram para nossa plataforma pessoas fantásticas, com um grande conhecimento do setor de saúde.

Aliás, falamos muito da nossa estratégia, de nossos pilares, nosso é outra semântica.

Nosso é pronome possessivo plural de respeito, de pertencimento. Sem a arrogância de imaginar que um dirigente sozinho, com a varinha mágica, vai resolver os complexos problemas de uma organização.

Nosso de equipe, de grupo, de time, de pluralidade, nossos de brasileiros que fazem algo pelo país. Doamos mais de R\$ 16 milhões em ações de apoio ao combate à covid-19. De ampliação de leitos a compra de máscaras, de distribuição de testes rápidos a aquisição e doação de álcool em gel. Doamos para o externo e cuidamos do interno, dos nossos colaboradores diretos, os Qualis, e criamos um fundo social de suporte que já ajudou mais de mil corretores infectados pelo coronavírus.

Lançamos recentemente o Quali Cult, uma ação para abraçar os artistas brasileiros tão combatidos nestes tempos. Fiquei feliz com a moção do nosso VP comercial, o Elton Carlucci, que já foi um músico profissional e que sabe das dificuldades que tem quem dedica a vida à arte.

Serão 90 artistas e grupos artísticos que receberão até R\$ 8 mil cada. Para incentivá-los a continuar produzindo cultura. Um projeto que valoriza também os tantos brasis que temos e a Quali está presente em todos eles. Na primeira semana foram 1.645 inscrições.

Me permitam agora falar resumidamente dos nossos resultados, que serão melhor explorados na sequência pelo nosso CFO, Fred Oldani. Apesar de todos os desafios macroeconômicos, apesar da recessão decorrente da maior pandemia que já enfrentamos em nossas vidas, nossos resultados foram sólidos e nos deixam entusiasmados para os nossos próximos anos.

Nossa carteira consolidada de beneficiários apresentou crescimento expressivo de 23% no segmento coletivo por adesão, terminando o ano com mais de 1,6 milhão de vidas. Dentro desse segmento, nosso *core business* de planos médico-hospitalares chegou a quase 1,2 milhão de vidas, após a adição bruta de 447 mil e líquida de 92 mil vidas no ano, apresentando um crescimento também importante de 8,3%.

Nossa receita bruta ultrapassou R\$ 2,2 bilhões em 2020. O nosso EBITDA ajustado chegou a R\$ 939 milhões, com margem de 46,3%. Nosso lucro líquido cresceu 5% para R\$ 392 milhões e nossa geração de caixa antes de aquisições chegou a R\$ 670 milhões.

E apesar do nosso novo ciclo de M&A, estamos propondo a distribuição de R\$ 570 milhões de dividendos, complementares aos R\$ 82 milhões já pagos em juros sobre capital próprio, distribuindo, assim, 100% do nosso lucro líquido e utilizando a totalidade das reservas para contingências de exercícios anteriores.

Eu gosto de falar de números, sou minucioso no acompanhamento dos investimentos e nos custos. Fico radiante de compartilhar, em números, o nosso sucesso. Mas os números só têm significado quando se relacionam a pessoas.

E é isso o que mais inspira a minha vida e a semântica final que eu quero utilizar é pessoas. Da minha mulher aos meus filhos, dos meus amigos a cada colaborador que eu vou conhecendo e aprendendo a respeitar. Das dores e dos sucessos cotidianos.

Pessoas. Temos um time comprometido com o nosso crescimento e com o nosso novo jeito de ser e de trabalhar. Tivemos a oportunidade de reforçar esse time ao longo desse pouco mais de um ano que eu estou liderando a Quali.

Oportunidade de trazer pessoas como o Marcus Mordechai, que é um craque do atendimento. Inclusive já chegou marcando um golaço ao controlar nosso nível de cancelamentos agora no começo do ano, em meio à recomposição de preços de planos.

Pessoas como a Ana Carracedo, que veio para colocar ordem na casa na área de *compliance* e riscos, como o Eduardo Oliveira, que tem tocado com maestria nossa área de M&A e desenvolvimento de negócios, e como o grande Alessandro Courbassier, que voltou à Quali para assumir a Diretoria Comercial Nacional.

É até injusto eu falar em nomes, pois com certeza deixaria de fora tantos e tantos profissionais, tantas pessoas que são, na prática, a essência da nova Quali. Pessoas, sou solidário à dor de cada pessoa que perdeu um ente querido, ou o emprego ou sonho.

Nosso objetivo como Companhia é trazer mais saúde, mais vida, mais condições para cada pessoa realizar seus sonhos. Sabemos que os desafios são enormes, afinal a pandemia tem atingido níveis alarmantes, afetando a vida de cada um dos brasileiros, prolongando a crise econômica do país e criando barreiras para o nosso negócio.

Mas olhando para 2021, tenho convicção de que começaremos a colher os resultados de tudo o que plantamos na nova Quali em 2020. Trabalharemos em cada um dos nossos pilares estratégicos e temos total condição de atingir nossa meta principal que é retomar o crescimento orgânico em nosso segmento adesão.

Nossa base é sólida, a estratégia está muito bem fundamentada e nossos Qualis estão prontos para superarem quaisquer desafios, sempre dentro do novo jeito Quali de ser e de agir. Obrigado e agora passa a palavra para meu amigo e VP Comercial, Inovação e Novos Negócios, Elton Carluci.

Elton Carluci:

Obrigado, Bruno, bom dia a todos. É um prazer estar com vocês em mais um *call* de resultados da Qualicorp. Indo direto ao ponto eu gostaria de dar um pouco mais de cor para um dos principais pontos do resultado.

E, desta forma, eu vou começar falando um pouco sobre vendas, especialmente dos produtos coletivos por adesão e eu acredito que vou até antecipar um pouco do que pode vir na nossa sessão de Q&A.

No último *call* de resultados, eu havia mencionado a troca de portfólio com um dos nossos principais parceiros na região Norte e Nordeste. Naquela oportunidade, em função da pandemia e da estratégia de tarifação, ficamos aproximadamente 45 dias sem comercializar os produtos daquela operadora, o que acabou trazendo um impacto no número de vidas do 3T.

Conforme eu também já havia antecipado, esse efeito foi parcialmente corrigido agora no

4T. Nós já capturamos uma parte dessa recuperação, o que nos levou a esse crescimento de 6,6% no número de vendas em relação ao 3T20.

Eu também gostaria de deixar registrado aqui que continuamos vendo a melhora dessa operadora ao longo de 2021. Portanto, a nossa visão de longo prazo continua a mesma, não enxergamos nenhum impacto relevante na dinâmica de vendas no longo prazo.

Assim como no trimestre anterior, também observamos um volume maior de prêmios, um pouco maior do que os 6,6% de crescimento, o que certamente vai continuar nos ajudando a sustentar o *top line*, em função do *mix* com maior valor agregado.

Ainda na linha do portfólio, como vocês também devem ter observado, o *churn* continua apresentando uma melhora. Quando olhamos em relação ao mesmo período do ano anterior, tivemos uma redução desse indicador, no número absoluto, de 29,9% e, em relação ao outro trimestre de 2020, melhoramos 20%. E ano contra ano foi uma melhora de 16,5%.

É claro que quando falamos de *churn* nunca é demais ressaltar que esta é uma comparação sazonal. Portanto, é claro que aqui temos o efeito da postergação do reajuste, impactando parcialmente essa melhora.

Em outras palavras, o que eu gostaria de antecipar aqui é que parte desse cancelamento vai acabar impactando o 1T21. Não estamos vendo nada muito diferente, preocupante, do que teria acontecido se o reajuste tivesse sido aplicado na sua data base, já considerando a melhora operacional que vínhamos observando nos indicadores, em função da melhoria de processos que já vínhamos fazendo na Companhia.

Não tem nenhum ponto que nos preocupa nesse momento em relação ao deslocamento, à mudança do reajuste, a recomposição.

Falando rapidamente agora sobre o PME, mudando um pouco o assunto, vocês também vão notar que continuamos apresentando um crescimento constante na base. Isso é fruto do nosso esforço orgânico e, claro, das oportunidades que geramos aqui na retenção, com esse crescimento de 20%.

Vimos observando essa dinâmica, estamos conseguindo fazer isso de forma muito interessante, muito inteligente. Eu também já explorei esse assunto em outras oportunidades e estamos vendo o efeito aqui.

O Bruno também já adiantou, na frente de M&A concluímos o *closing* da Plural e Oxcorp em dezembro e já estamos vendo as vendas incrementais dessas controladas impactando os nossos números no 1T.

Esses são os pontos que eu gostaria de destacar. Nos falamos novamente no Q&A daqui a pouco. Enquanto isso, passo para o Fred para tocar os principais números da Companhia.

Frederico Oldani:

Olá. Bom dia a todos. Eu vou começar no slide 13 da apresentação, comentando um pouco

sobre os destaques do resultado do 4T e também do ano fechado. Primeiro, eu queria destacar o crescimento no portfólio adesão, principalmente no adesão hospitalar, que foi impactado por dois efeitos muito importantes.

O primeiro é, como o Elton comentou, a redução no *churn*. Tivemos uma redução importante *churn*, tanto no trimestre quanto no acumulado do ano, e ressaltar o impacto positivo da aquisição da Plural, principalmente no 4T.

Mas aqui acho que é um ponto importante ressaltar que, embora as vidas entraram já no 4T, praticamente não tivemos impacto nos resultados em cima dessa aquisição porque nós conseguimos concluí-la lá pelo meio de dezembro.

O impacto efetivo da Plural nos resultados do 4T e nos resultados de 2020 foi praticamente nulo.

Indo para a receita, tivemos uma receita praticamente estável. Aqui tem um ponto importante para comentar, que a base de comparação de 2019 tinha uma série de receitas não recorrentes de agenciamento que foram reconhecidas em uma negociação feita com uma operadora, o que prejudica um pouco a base de comparação da receita neste 4T.

Nosso EBITDA ajustado atingiu R\$ 190,3 milhões, uma queda de 16,8%, que é totalmente explicada pela Constituição de PDD, de provisão para perdas, de R\$ 33,4 milhões, isso em função da suspensão da recomposição do reajuste de 2020.

É importante notar que isso não é algo recorrente, não é algo permanente, mas dada a dinâmica de suspensão do reajuste, onde temos por volta de R\$ 500 milhões de prêmios que vão ser recuperados ao longo de 2021, achamos de bom tom ter uma provisão bastante conservadora em função dos riscos de não recebimento de parte desses valores ao longo de 2021. Mas esse não é um efeito recorrente. Esse EBITDA do 4T não reflete o nosso EBITDA recorrente da operação.

No acumulado do ano, nosso EBITDA atingiu R\$ 938, 9 milhões, também com impacto relevante dessa provisão, essa provisão sozinha, estamos falando em R\$ 51 milhões no acumulado do ano.

Mesmo assim, apresentamos um lucro de R\$ 67,6 milhões no 4T, um crescimento de 12,4% em relação ao ano passado. E totalizando R\$ 392 milhões no ano, um crescimento de 5,3% em relação a 2019.

Também acho importante ressaltar a geração de caixa, tivemos R\$ 75,1 milhões geração de caixa no 4T, totalizando por volta de R\$ 670 milhões no ano, um resultado bastante robusto.

Indo para o slide número 14, comentar um pouco sobre as principais linhas do DRE da Companhia. Aqui acho que fica bem claro que o ano foi bastante desafiador, em função do ambiente econômico, como o Bruno falou, pandemia, enfim, todos os efeitos negativos que tivemos na economia, associados, mas também nos números da Companhia, houve uma série de efeitos não recorrentes e efeitos que deixaram o número, talvez, não tão simples de explicar como gostaríamos.

Acho que vale a pena destacarmos alguns desses principais pontos em relação aos resultados de 2020. Primeiro, queríamos destacar o bom desempenho no controle de custos e despesas.

Tivemos uma redução tanto em custo quanto em SG&A e com recurso sendo redirecionado para frentes de crescimento da Companhia. E isso você consegue ver bastante claro em função do aumento das despesas comerciais.

Nós estamos buscando *savings* na operação de forma a financiar as nossas frentes de crescimento. Isso é algo que vimos falando já há bastante tempo e começa a ficar cada vez mais evidente nos resultados da Companhia.

Também acho que é importante ressaltar os efeitos da suspensão do reajuste. No *release* tem um detalhamento de qual é esse impacto linha a linha, mas aqui acho que vale a pena notar que essa suspensão do reajuste gerou uma PDD adicional em relação ao que fazemos normalmente na operação, de R\$ 51 milhões, que é um efeito bastante relevante nos resultados da Companhia no ano.

Também vale a pena destacar a série de efeitos não recorrentes e que ajustamos para fins de EBITDA. Tivemos valores relevantes de rescisão de executivos, valores relevantes em função da venda do Q Saúde, tivemos baixa de ágios, dentre uma série de outros que, se você olhar trimestre a trimestre e no nosso último *release*, tem tudo bastante bem explicado.

Eu acho que o ponto importante para ressaltarmos é que esses efeitos não são permanentes e, quando olhamos a Companhia para frente, não esperamos nenhuma mudança relevante nos níveis atuais de margem EBITDA da Companhia, na base de comparação anual, este é um ponto importante.

2020 foi um ano de arrumação, corrigimos bastante coisa, tem muita coisa feita para garantir que nossos números estejam refletidos da melhor forma possível e de forma bastante clara.

Eu acho que é algo que era importante de ser feito, mas acreditamos que, de agora em diante, viramos a página e os resultados devem ser mais simples de serem explicados. Tem um último ponto também em relação aos resultados, que eu também gostaria de destacar. A partir do ano passado passamos a distribuir efetivamente JCP, o que também começa a ajudar a redução da nossa alíquota efetiva de imposto de renda.

Indo para o slide de número 15, comentar sobre a geração de caixa. Enfim, temos um negócio bastante resiliente, com uma geração de caixa muito forte, geramos, de caixa operacional, R\$ 711 milhões no ano.

Isso antes do CAPEX, pós-CAPEX, R\$ 670 milhões, o que mostra o quão resiliente é o nosso negócio e a alta capacidade de geração de valor e geração de caixa da Companhia. Mais uma vez, isso é algo recorrente na Companhia, o quanto temos de capacidade de converter EBITDA e lucro em efetiva geração de caixa.

E, como consequência, agora indo para o slide 15, temos uma distribuição de dividendos

propostos, acho que o Bruno já comentou, de R\$ 570 milhões, um retorno para os acionistas, bastante relevante. Um *yield* bastante interessante e que mostra que o nosso case, hoje, de investimento é um case não só com alto potencial de crescimento a partir da nossa nova estratégia de negócio, como foi bem pontuado na abertura do Bruno.

Mas também temos um perfil de negócio bastante defensivo, com um nível de remuneração para os acionistas também bastante interessante. Com isso, eu encerro a minha apresentação sobre os resultados de 2020, do 4T e do ano e abro para respondermos eventuais dúvidas em relação aos números ou em relação à apresentação. Muito obrigado.

Leandro Bastos, Citi:

Bom dia. São duas perguntas aqui. A primeira, ainda no assunto do congelamento do reajuste, queria entender se o nível de recebimento que vocês estão acompanhando no início desse ano está em linha com o que vocês passaram de provisão no resultado. E se der para falar um pouco sobre o *churn*, que terá esse deslocamento sazonal, vocês até comentaram um pouco na apresentação, mas, enfim, o que vocês puderem comentar sobre de cancelamentos, seria muito interessante. Essa é a primeira pergunta.

E a segunda, queria explorar rapidamente sobre a cisão da administradora, que vocês também anunciaram. Se puderem passar um pouco o racional do movimento. É isso do meu lado, obrigado, pessoal.

Frederico Oldani:

Bom dia, Leandro. Eu vou começar pela segunda pergunta, depois eu respondo uma parte da primeira e passo para o Elton completar. A cisão que estamos fazendo na administradora, basicamente, tem o objetivo de liberar por volta de R\$ 300 milhões de caixa que temos preso hoje na administradora.

A razão disso é relativamente simples, uma administradora de benefícios não consegue ter nenhum tipo de alavancagem para financiar aquisição. Dadas as regras de INS, principalmente uma regra de patrimônio líquido ajustado, você é obrigado a ter patrimônio suficiente para arcar com todos os seus investimentos, todos os seus intangíveis, ou veja, você não consegue financiar uma aquisição via dívida.

Hoje, por alguma razão que eu não sei exatamente explicar por que, mas temos uma debênture de por volta de R\$ 300 milhões na administradora, o que me exige ter R\$ 300 milhões de reais de caixa parado, que está lá sem nenhum tipo de uso.

É algo que é extremamente ineficiente, o que estamos fazendo é propondo essa cisão, vamos fazer uma cisão, basicamente, vamos tirar o caixa e a dívida em montantes equivalentes, vamos cindir isso e essa parcela cindida vai ser posteriormente incorporada pela Qualicorp S.A.

De forma que, no final do dia, eu vou mover R\$ 300 milhões de dívida e R\$ 300 milhões de caixa para a Qualicorp S.A. E a Qualicorp S.A pode usar esse caixa para diversos fins. Simplificando, eu estou liberando R\$ 300 milhões em caixa hoje que estava *trapped* na Qualicorp Administradora.

Em relação à sua primeira pergunta, nesse primeiro trimestre, começamos a receber já algumas parcelas da recomposição. Estamos vendo algo talvez até um pouco melhor do que tínhamos estimado em relação a recebimentos.

Fizemos uma provisão bastante conservadora, mas ainda precisamos de mais tempo para ter certeza porque, os períodos, temos até 60 a 90 dias da data de vencimento. É um período normal onde tem algum atraso, cobrança, recuperação, estamos começando agora a ter visibilidade efetiva de como foi o mês de janeiro.

Tudo indica que estamos com o nível de recebimento dentro do esperado. Embora o *churn* esteja mais alto, como esperado, dado o cenário da recomposição de reajustes no começo do ano. E agora vou passar por Elton para ele complementar aqui em relação ao cenário de *churn* do 1T.

Elton Carluci:

Obrigado, Fred. Bom dia, Leandro. Vou pegar o gancho do Fred. Acho que o primeiro ponto que vale destacar é o ineditismo deste cenário, porque tivemos uma postergação de reajuste e recomposição, estamos lidando com um cenário, de certa forma, inédito.

O que posso te antecipar e dar um pouco mais de cor é que estávamos um pouco mais pessimistas do ponto de vista de PDD e indicador e o que estamos vendo na prática são números melhores.

É um trimestre que estamos usando como sazonalidade, para comparar, um 3T típico de Qualicorp. O que esperávamos era um cancelamento proporcional ao que acontece na base do 3T, ajustando pelo percentual do reajuste. Foi essa dinâmica que usamos e, na prática, o que estamos vendo é que está muito similar aos trimestres sazonais históricos.

Temos que olhar de 2019 para trás do ponto de vista de cancelamento sobre a base, falando do ponto de vista percentual. Sempre o número relativo e não o absoluto. Tem sido um trimestre que está ali melhor do que a nossa expectativa e é comparável com um trimestre típico da Qualicorp, com um reajuste um pouco pior.

Porque a recomposição deixou o reajuste um pouco mais pesado, o que demonstra, no final do dia, em última análise, que os números estão ligeiramente melhores do que a nossa expectativa.

Mas temos que aguardar porque é uma situação absolutamente inédita. Temos que aguardar mais alguns meses para de fato entender o impacto na base. Acho que vai ficar muito claro quando soltarmos o resultado do 1T, mas é isso que temos aqui até o momento.

Leandro Bastos:

Está ótimo, muito obrigado, Elton, Fred.

Eugenia Cavalheiro, JP Morgan:

Eu gostaria de fazer uma pergunta mais em linha do desenvolvimento de novos produtos. Gostaria de saber como tem evoluído nessa frente, as parcerias com as operadoras, especialmente quando olhamos em um âmbito regional.

E também se vocês pudessem passar uma cor, dentro do limite do possível, do que vocês poderiam falar do cenário de M&A, como vocês tem visto. Muito obrigada.

Elton Carluci:

Obrigado pela pergunta, vou falar um pouco de produtos. Vimos lançando novos produtos. O mais recente, depois de todo o barulho que fizemos, e pode ver que os números foram bem impressionantes, do lançamento do nosso produto familiar, familiar mais combo com a SulAmérica, que tinha 9% de desconto para o grupo familiar, como esperávamos, teve uma performance bem interessante.

Isso começou a ser capturado em dezembro e veremos o impacto disso no 1T, já estamos vendo isso. Também lançamos alguns outros produtos, trocamos toda a grade de portfólio da Amil. Também fizemos lançamento de PME administrado com a Unimed BH, acabamos de lançar, uma grande novidade, estamos começando a reverberar agora no canal, mais um lançamento, que é o produto já da SulAmérica, que já tinha o desconto familiar, que já tinha o Odonto e agora estamos colocando um seguro, o seguro prestamista, dentro produto.

Para a perda de renda, incapacidade, até seis meses, cobertura, vamos receber o prêmio da seguradora, quitar o prêmio. Acreditamos que este produto vai ajudar. Ele está entrando nas vendas novas, não é na base, começa a gerar um efeito no longo prazo.

Ele começou a ser comercializado agora em abril, no longo prazo, acreditamos que isso, além de cumprir uma função social nossa, aqui, como administradora, de acesso, que é deixar o nosso cliente mais tempo na base num momento em que ele está em dificuldade financeira, tem essa questão muito importante de manter o vínculo.

E também é um produto que deve nos ajudar a melhorar um pouco o indicador de *churn*. Mas fizemos o lançamento com a SulAmérica, é um produto nosso, exclusivo, Qualicorp, esse seguro. Acoplamos e devemos ir fazendo o *rollout* para os demais produtos ao longo do ano.

Em algum momento vamos ter a base toda impactada por isso, estamos acreditando bastante neste produto. Também temos outros PMEs administrados que estão em vias de assinatura, devemos ter mais alguns lançamentos de novos produtos ao longo deste trimestre.

Produtos Regionais também, continuamos bastante focados. É uma pena que estamos falando do 4T porque ele pegou pouquíssimo o efeito desses lançamentos. Acho que vamos ver bastante coisa legal quando falarmos do resultado do 1T, mas não paramos, continuamos preenchendo os *gaps*, procurando oportunidades em outras praças, acho que estamos bem avançados nessa frente.

Vinicius Ribeiro, UBS:

Bom dia a todos, e obrigado por pegar a minha pergunta. Minha pergunta é semelhante à pergunta anterior, mas acho que seria interessante explorar um ponto específico aqui com o Elton. No *release* vocês comentam que teve uma questão de *gap* de preço entre o individual e adesão em uma operadora específica por conta da postergação do reajuste.

Se vocês me permitem, eu queria entender um pouco melhor essa dinâmica desse *gap* específico entre o preço do individual e do adesão. Tirando essa questão do reajuste, como vocês já trabalharam isso nessa reestruturação que vocês fizeram durante 2020. E também, um *follow-up* da última resposta do Elton, como a percepção está de vocês, no campo, dessa tendência de *gross adds* com a situação de preços mais normalizados, se puderem dar alguma ideia de região seria bastante interessante.

E a minha segunda pergunta, provavelmente para o Fred, a questão do *impairment*. O fato motivador acho que está muito claro para nós, eu só queria tentar entender um pouco como deveríamos pensar nisso, especificamente sobre os ativos em questão. Estrategicamente para vocês, é um ativo que, de fato, se torna menos importante, ou tem alguma questão mais contábil, de taxa de desconto ou coisa que valha. Seria isso, pessoal. Muito obrigado.

Frederico Oldani:

Vamos lá, Vinicius. Eu vou começar, depois volto para o Elton, para ele comentar sobre a questão do *gap* de preço do adesão para o individual. O *impairment* da Gama basicamente é uma questão de que os valores que tínhamos reconhecido no balanço não refletiam efetivamente o potencial de geração de caixa do negócio.

O ano passado já tínhamos feito um *impairment* grande, agora completamos o *impairment*. Existiam ainda alguns ágios que estavam alocados nessa operação.

A questão é que hoje não tem mais nenhum ágio sentado nos números da Gama e da CRC. O que acontece é que hoje acreditamos que os valores refletem efetivamente o potencial de geração de caixa da Companhia.

Acho que é um ponto importante, e que acho que vale destacar, o trabalho feito na Gama este ano para melhorar o resultado. Foi feito um trabalho muitíssimo importante. Revimos uma série de contratos, tinha uma série de contratos que não faziam sentido para a Companhia.

A Companhia preferiu até abrir mão desses contratos, reduzindo receita, mas tivemos uma melhora muito importante no EBITDA e outra, talvez até menos transparente, mas até mais relevante, a Empresa parou de consumir caixa.

A Empresa consumia muito caixa, hoje já gera caixa. Deixou de ser um negócio que consumia caixa e passou a ser um negócio, hoje, com EBITDA positivo e que consome caixa. O ativo continua, hoje, dentro do nosso leque de outros produtos dentro do adesão. Achamos que tem algumas oportunidades de explorar outros negócios que talvez não estejamos explorando hoje.

A Empresa está muito leve e vemos oportunidade de destravar mais valor do que conseguimos até agora nessa operação. Vou passar para o Elton comentar em relação à questão do *gap* de preço.

Elton Carluci:

Vinicius, eu comentei bastante disso no outro *call*. A Operadora é o nosso parceiro, um parceiro importante, a Hapvida. Isso foi, como eu antecipei corrigido. Vimos mês a mês melhorando a performance. Acho que vamos descobrir qual é o patamar provavelmente ao longo do 2T. O que eu posso dizer é que esse trimestre, o primeiro, está melhor do que o anterior e vimos incrementando.

Tinha uma diferença grande em relação ao individual, essa diferença diminui por uma questão de estratégia de tarifação, mas continuamos retomando a venda e vamos entender. Como cada mês vem melhorando, vamos entender, ao longo dos próximos três meses, essa expectativa do nosso regional, de maturidade, com esse novo patamar de preço.

É claro que somos o maior distribuidor e parceiro da Hapvida e GNDI, agora falando como grupo, nos também fizemos uma performance, eu diria, até muito importante ao longo dos últimos três meses. Já, com certeza, de longe, somos o primeiro distribuidor.

O primeiro parceiro, melhor dizendo, uma administradora parceira desse grande *player*, também estamos discutindo outros produtos. Está tudo bem, a relação está ótima, agora é só a maturidade, entender onde o mercado vai estabilizar com esse novo patamar de preço.

Lembrando que a proposta do produto é acessível, estamos também enfrentando uma pandemia, perda de renda e esses consumidores são relativamente sensíveis a preço, mas vamos descobrir ao longo dos próximos meses. Eu não estou muito preocupado com isso porque vemos uma melhora a cada vigência.

Acho que é mais uma questão de *timing*, essa expectativa do nosso regional, que toca esse produto lá. Falando de *gross adds*, no 1T estamos vendo um número interessante, realmente, o número está interessante.

Ele é fruto de todas essas iniciativas. Já temos vendas incrementais que estamos conseguindo gerar em cima de M&A, mas, mais importante do que isso, alavancamos vendas em várias praças em cima da base atual.

Por exemplo, produtos da SulAmérica ajudaram, de forma muito relevante, no 1T. A performance realmente surpreendeu, o produto surpreendeu bastante, e não só em número de vidas, que aumentou, mas também ajudou a aumentar o prêmio médio comercializado.

Isso foi bem interessante no 1T e é claro que isso vai ajudar a atenuar um potencial aumento do *churn*, que é natural para aquele deslocamento que eu já comentei na pergunta anterior. Esse é o máximo de cor que eu consigo dar do 1T para vocês sem ter que entrar em números. Vocês sabem que não podemos entrar nesse tipo de detalhamento aqui, mas, em linhas gerais, é isso.

Vinicius Ribeiro:

Perfeito, Fred, Elton. Muito obrigado pelas respostas completas.

Mauricio Cepeda, Credit Suisse:

Bom dia. Obrigado pelo tempo. Queria explorar um pouco a questão do reajuste, mas por outro ângulo. Sabemos que está havendo série de contestações do reajuste, classificação de que é abusivo, não é abusivo e, nesses vais e vens, se vocês pudessem dar uma perspectiva do que vocês têm acompanhado, o que deve ser a situação para 2021.

E também, agora que o portfólio está mais diversificado, que vocês estão conseguindo expandir base, o quanto é representativo a parte de ticket menores versus a parte de tickets maiores nessa massa de beneficiários adicionais? Obrigado.

Pablo Meneses:

Eu vou começar respondendo sobre as perspectivas de reajustes, depois passo a palavra para o meu colega, Elton Carluci, para complementar. Primeiro que, nós, enquanto administradora de benefícios, aguardamos as orientações e as determinações legais e regulamentares.

Aquilo que for definido, determinado pelas autoridades, nós vamos cumprir literalmente. O segundo ponto que podemos destacar sobre o reajuste, esperamos que os reajustes desse ano atinjam o número de um dígito só.

Essa é a nossa expectativa para esses reajustes, mas, mais do isso, temos que aguardar as definições tanto governamentais quanto as negociações que fazemos com as operadoras. Enquanto o nosso papel de administradora de benefícios é lutar pelos interesses dos clientes e esse papel nós temos desenvolvido já, ao ponto de que, ao mercado, nós devolvemos já mais de R\$ 7 bilhões de acúmulos de não-reajustes aplicados, tendo em vista o trabalho da administradora de benefício para diminuir a quantidade de reajustes. Agora passo a palavra para o Elton, que vai continuar.

Elton Carluci:

Cepeda, pegando a sua pergunta e falando um pouco de como vemos, é o seguinte. Observamos um crescimento, vou falar um pouco mais do que está acontecendo agora, em todos os produtos.

Nós não só assumimos a liderança de GNDI, para dar um exemplo, mas também fizemos incrementos muitos expressivos em vendas de SulAmérica, vendas de outros produtos, como a Amil, também vimos esse produto crescer bastante, e outras operadoras e também algumas cooperativas e Unimed's.

Quando olhamos, estamos vendo um crescimento de todos os produtos. Não tem só um crescimento dos nossos parceiros de estrutura verticalizada ou parcialmente verticalizada ou os tickets mais baratos.

O *mix* está interessante, tanto é que o prêmio médio, a prova disso é que enxergamos esse número, aqui dentro de casa, é claro, também aumentou. Está um pouco maior de vendas, que já tinha tabela reajustada. Estou falando de prêmio médio do estoque e não da carteira. Não temos nenhuma uma preocupação, nesse 1T, com o que estamos vendo de *mix*.

As coisas estão dentro do que esperávamos, passada a recomposição, passadas as trocas de portfólio etc., estamos vendo um número que está muito em linha com a nossa expectativa. Não estamos vendo um crescimento vindo só de produtos de verticalizados.

Acho que esse é um ponto importante para destacar, tanto é que o prêmio total de vendas deve vir até mais forte do que o aumento de vidas. O prêmio vai crescer mais do que o número de vidas, em função do *mix*.

Mauricio Cepeda

Muito claro, obrigado.

Bruno Blatt:

Eu quero encerrar esse nosso *call* de resultados dizendo que estamos aqui hoje no escritório reunidos, todos testados de PCR. Que todos fiquem bem, seguros, usem máscaras, que cumpram o isolamento.

O momento realmente não é fácil, mas estamos 24 horas por dia pensando em como aumentar o acesso do brasileiro à saúde, com o poder diversificar cada vez mais a nossa expansão através, não só de produtos e canais, nessa expansão regional, como eu falei.

E, de novo, como o Fred destacou bem, vivemos um 2020 de enorme transformação, uma reestruturação brutal na Companhia. Limpamos tudo o que precisava e estamos prontos, como já destacamos algumas vezes aqui, para poder fazer 2021 um ano incrível, mesmo diante de um cenário bastante tenso e incerto para todo o setor.

Eu quero agradecer a todos vocês pelo tempo e estamos à disposição sempre que vocês precisarem. Grande abraço a todos e fiquem seguros.

Operadora:

O *conference call* da Qualicorp está encerrado. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este 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



**Transcrição da Teleconferência
Resultados do 4T20
Qualicorp (QUAL3 BZ)
31 de março de 2021**

e específicos relacionados ao uso desta transcrição”