

OdontoPrev**Teleconferência de resultados 3T19**José Roberto Pacheco

Bom dia a todos, sejam bem-vindos, muito obrigado pelo interesse e confiança, nós somos a OdontoPrev. Gostaria de agradecer a participação nesta conferência telefônica da Companhia, para apresentarmos os resultados do terceiro trimestre e primeiros nove meses de 2019.

Importante chamar a atenção, logo de início, este certamente não foi um trimestre típico em lucratividade da Companhia. Não só eu, Rodrigo e Luis estamos aqui, mas toda a Administração sênior da OdontoPrev nos ouve neste webcast, e estamos, todos, focados, em entregar resultados futuros de crescimento e margem que todos esperamos. Até lá, muito trabalho pela frente.

Dando início à apresentação, no slide de número 3, vemos dados da ANS desde 2012, com o crescimento contínuo dos planos odontológicos, mesmo durante os anos difíceis de recessão, com adições líquidas de quase 1 milhão vidas nos primeiros 8 meses de 2019, superando 25 milhões de beneficiários ao final do mês de agosto, último dado disponível da ANS. Por outro lado, vemos, também, a estagnação do número de vidas nos planos médico-hospitalares, hoje menor que sete anos atrás em número de beneficiários, com perda líquida em planos de saúde de 84 mil vidas no período até agosto, em 2019.

Nosso próximo slide, o slide 4, destacamos o crescimento anual de 9,6% da receita líquida, confirmando os diferenciais estratégicos da OdontoPrev, com destaque para o crescimento de 13% da receita PME e 26% da receita de Planos Individuais.

No próximo slide, slide 5, mostramos a evolução dos diversos segmentos de negócio, em particular os massificados, com taxa média de crescimento anual de 17% na receita PME e de 26% na receita de planos individuais nos últimos 5 anos.

Os segmentos massificados, como vemos no slide 6, apresentam expansão contínua e acelerada da receita, com crescimento anual de 22% desde 2014, muito acima de empresas concorrentes, em magnitude, e velocidade de expansão.

No slide 7, ressaltamos o posicionamento único da OdontoPrev com relação à liderança no desenvolvimento e expansão dos segmentos massificados, de planos individuais e PME, os quais apresentam tíquete superior, menor número de competidores, crescimento acelerado em relação ao mercado e margens anualizadas

de contribuição diferenciadas. Além disso, reforçando a estratégia, os produtos não-corporativos apresentam significativas barreiras à entrada, como escala, qualidade de distribuição, risco de crédito do cliente de pequeno porte ou individual, e por último, a seleção adversa.

No slide 8, apresentamos a receita incremental consolidada de R\$39 milhões no trimestre. Vale observar, os segmentos massificados representaram 83% das novas receitas no trimestre, com destaque para os planos individuais, que mais que dobraram a receita incremental anualizada desde o final de 2018.

No slide 9, vemos que a OdontoPrev adicionou 91 mil novas vidas no trimestre, melhor performance sazonal desde 2015, com crescimento, e liderança, em todos os segmentos, em todas as regiões do Brasil. Por favor observem que o canal Bradesco adicionou 32 mil novos clientes PME e individuais, cerca de dois terços das adições no segmento massificado.

No próximo slide, slide 10, vemos as 91 mil novas vidas do período, melhor performance comercial dos últimos 5 trimestres, confirmando a sazonalidade positiva às adições líquidas, historicamente, na segunda metade de cada ano.

No slide 11, mostramos a evolução trimestral orgânica do segmento corporativo, também a melhor performance dos últimos 5 trimestres, com adição líquida de 42 mil novas vidas, acima do ritmo verificado 1 ano atrás, no 3T18, com a conquista de novos contratos e expansão de beneficiários em contratos corporativos de livre adesão, um diferencial estratégico da OdontoPrev.

No nosso próximo slide, o slide 12, vemos que o segmento PME adicionou 25 mil novas vidas no 3T19, melhor desempenho dos últimos 8 trimestres. O canal Bradesco representou cerca de 3/4 das adições líquidas neste segmento.

No slide 13, vemos que os planos individuais adicionaram 24 mil vidas no 3T19, 7º trimestre consecutivo de crescimento. O canal Bradesco adicionou 14 mil indivíduos no trimestre, mais da metade do crescimento do segmento no período.

Como vemos no slide 14, os planos individuais contam com crescente participação do canal bancário, de maior tíquete, mais baixa despesa de comercialização e menor PDD.

No próximo slide, 15, mostramos a evolução do custo anualizado de serviços consolidado de 44,1% no trimestre, semelhante ao patamar do 3T18.

Na visão por segmento, chama a atenção o segmento individual, pela crescente sinistralidade de alguns novos produtos bancários com livre escolha de credenciados. A Companhia efetuou ajustes, cujos resultados para estabilização do custo de serviços dos planos individuais são esperados ao longo dos próximos trimestres.

Passando à geração de caixa, conforme slide 16, vemos que a soma dos efeitos da maior sinistralidade nos planos individuais, aumento das despesas de comercialização, maior PDD e implantação em 2019 do Programa de Incentivo de Longo Prazo, resultaram em menor margem EBITDA no trimestre, em 450 pontos.

Vale dizer, o ILP terá menores patamares em 2020 e 2021.

No slide 17, vemos um quadro resumo das menores margens EBITDA e líquida. A aceleração da sinistralidade individual elevou proporcionalmente a PEONA, e neste trimestre contabilizamos earn out da Odonto System referente ao exercício de 2018, resultando em lucro líquido 18% inferior ao 3T18.

No slide 18, mostramos a evolução da remuneração aos acionistas em dividendos e juros sobre capital próprio. Em Reunião do Conselho de Administração realizada ontem, foi aprovada a distribuição de dividendos adicionais, no valor de R\$23 milhões, que somados aos R\$15 milhões em JCP já pagos, totalizaram 70% de payout no trimestre, e acumularão R\$251 milhões em remuneração caixa aos acionistas em 2019.

No slide 19, vemos que a OdontoPrev terminou o trimestre com caixa de R\$517 milhões, sem nenhum endividamento.

No slide 20, destacamos com muita satisfação o crescimento contínuo do número de acionistas pessoa física, o qual mais que dobrou em 2019. A base de investidores da Companhia, conforme slide 21 permanece globalizada, com cerca de 90% do free float, com investidores de mais de 30 países.

Em nosso último slide, 22, temos o prazer de informar que a Companhia venceu a edição anual do Top of Mind de RH, como benefício odontológico mais votado entre profissionais de recursos humanos de organizações. Fomos também, certificados com o selo de qualidade Great Place to Work, e participamos da edição 2019 da revista Forbes “Os melhores CEOs do Brasil”.

Bem, mais uma vez agradecemos a todos pelo interesse e confiança na OdontoPrev. Gostaria agora de passar a sessão de perguntas e respostas, nesta nossa prática de call de 45 minutos.

Muito obrigado!

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta por favor digite asterisco um e para retirar a pergunta da lista digite asterisco dois.

Nossa pergunta vem do Sr. Thiago Macruz do Itaú BBA.

Sr. Emerson: bom dia pessoal, é o Emerson aqui na verdade, obrigado por pegarem minhas perguntas, são duas na verdade. Primeiramente em termos de volume a gente viu uma reversão de tendência no corporativo com maior adição líquida de vidas. Eu queria que vocês explicassem um pouquinho como foi essa dinâmica ao longo do trimestre e se isso foi mais explicado por novos contratos ou menor turnover na base? Além disso, a gente viu que os destaques positivos foram PME no canal bancário. Vocês poderiam dar um pouquinho mais de cor sobre o que levou a essa performance mais positiva?

Uma segunda pergunta vai na linha dos planos individuais. A gente viu deterioração na sinistralidade que não era tão esperada assim, então a gente queria entender se isso foi uma coisa mais pontual, quando vocês conseguiram perceber que haveria essa piora ou se é algo mais sustentável que a gente deve esperar olhando para frente, uma continuidade desse nível? Obrigado pessoal.

Sr. Rodrigo Bacellar: Emerson bom dia, Rodrigo falando. Eu vou endereçar a primeira pergunta dos volumes. A gente está feliz com essa performance, 91.000 vidas, e acho que o grande comentário é que veio de várias maneiras: veio de mais adesões em contratos ativos, veio de novos contratos, e isso vale tanto para o corporativo quanto para PME e vale em ambas as marcas, tanto OdontoPrev quanto Bradesco.

Então acho que foi um trimestre de uma recuperação comercial. Na apresentação o Pacheco mostrou um pouquinho dessa sazonalidade, desse comportamento que tem acontecido nos últimos cinco, seis anos, e o que a gente vê foi uma resposta à nossa atividade comercial e então novamente tanto no corporate quanto no PME e por todas as marcas.

A única coisa que eu queria ressaltar aqui é que se a gente pegar o centro de gravidade dessa produção ele ficou mais tombando, mais caindo para setembro. Então teve uma concentração, uma aceleração maior ao longo do mês de setembro.

Agora passo ao Pacheco para endereçar a segunda pergunta com relação à sinistralidade.

Sr. José Roberto Pacheco: bom dia Emerson, muito obrigado pelas perguntas. Sobre a questão da sinistralidade em particular nos planos individuais é muito importante a gente entender a característica desse segmento, que é diferente do segmento de PME e é diferente também do segmento corporativo.

Em primeiro lugar traz três métricas de risco que são únicas: número um, a seleção adversa; número dois o churn, os cancelamentos; e número três a inadimplência, que praticamente não existe nos outros dois segmentos.

Para lidar com isso, a Companhia vem evoluindo nos últimos anos com duas estratégias claras: primeiro, a mais antiga, o segmento de parcerias com lojas de varejo que equivale hoje a cerca de metade das nossas vidas em planos individuais.

A mais recente desenvolvida nos últimos anos é explorar o canal bancário, os canais bancários tanto de Bradesco quanto de Banco do Brasil. Os canais são bastante diferentes e têm diferenças, são métricas bastante diferentes entre si. O tíquete no canal bancário é maior, a despesa de comercialização é mais baixa, o nível de PDD nos bancos é menor e a gente também observa historicamente uma retenção que vem crescendo no canal bancário de forma mais clara do que nas parcerias com as lojas de departamento. No final da história essa é uma estratégia de valor presente líquido, de net present value, que a companhia vem implementando ano após ano.

O que houve agora em particular no ano de 2019 é que os efeitos aparecem no 3T19 é consequência de um nicho particular de produtos de livre escolha de prestadores de rede credenciada, e que está sendo endereçado e vai continuamente ser endereçado pela companhia nos próximos trimestres.

As ferramentas de controle para tal são diversas e a companhia tem um vasto material de trabalho e instrumentação para endereçar o resultado atípico que veio agora: número um, preço, e a família de produtos que a Companhia tem é robusta - sem equivalente no mercado - para lidar com os diversos tipos de planos individuais; número dois cobertura - os planos que nós temos registrados e os novos planos que poderíamos registrar junto ao regulador; número três, a carência - a carência inicial é muito importante em alguns casos para mitigar o risco de seleção adversa; número quatro, o duration - o prazo dos contratos, nós temos planos mensais, como também temos planos anuais, e eles têm características bem diferentes entre si; número cinco, os canais de distribuição - e a companhia tem toda uma família de distribuição de produtos nos bancos, como também tem nas lojas de departamento; finalmente número seis, os planos de livre escolha versus planos em rede própria, em rede credenciada.

Então todo esse instrumental, toda essa matriz é modelada com exaustão pela Companhia e a gente espera portanto ao longo dos próximos trimestres, ao longo de 2020, estar trazendo de volta a sinistralidade para os padrões que a companhia espera.

O nível de sinistralidade que a companhia observou nos planos individuais nos últimos anos estava excessivamente baixo, função do mix predominantemente concentrado nas lojas e de departamento. Ele vem subindo ano a ano, trimestre a trimestre; mas passou do ponto ideal. É nosso trabalho, é nossa missão trazer de volta a sinistralidade dos planos individuais para onde ela deveria estar. É isso que a gente vai estar trabalhando, conversando com vocês ao longo dos próximos trimestres.

Sr. Emerson: obrigado pessoal.

Operadora: a próxima pergunta é de Joseph Giordano do J.P. Morgan.

Sr. Joseph Giordano: bom dia a todos, bom dia Pacheco, Rodrigo, Luis, obrigado por pegarem minha pergunta. Eu queria entender um pouquinho dentro dessa melhora da dinâmica comercial que a gente viu com mais net additions como é que tem sido o tíquete médio da venda nova quando a gente compara com o estoque, e também entender como é que estão as conversas de renovatórias principalmente no ambiente quando a inflação está mais baixa, e historicamente a gente viu o aumento de plano dental abaixo da inflação, obrigado.

Sr. Pacheco: bom dia Joe, é Pacheco aqui. Bom, a questão da renovação dos contratos tem dinâmica distinta segmento a segmento. No corporativo já era esperado número um, maior volume, maior montante de adições líquidas no 2S. O 2S normalmente traz a maior parte das adições ano a ano e não será diferente em 2019.

O crescimento que a gente viu agora é função sim de novos contratos e também da maior penetração em contratos de livre adesão. E então a gente vê com otimismo esse fechamento de 2019 dos três meses seguintes, dado esse comportamento sazonal e claro, o reconhecimento das marcas da companhia, principalmente OdontoPrev, agora nesse último trimestre do ano.

A Companhia tem historicamente um controle excepcional do seu custo de serviços no segmento corporativo. Isso faz com que tenhamos apenas contratos de longo prazo e também tenhamos grande visibilidade do custo de serviços nesse segmento. Isso nos dá garantia de previsibilidade do fluxo de caixa no segmento corporativo.

Já nos segmentos massificados a companhia vem lançando novos produtos. Não sem razão que o tíquete médio vem subindo tanto no PME quanto nos planos individuais, e isso nos permite gerar receitas incrementais sem equivalente no mercado tal como a gente observa hoje.

Então a gente permanece construtivo no sentido de ter pricing power ao longo de 2020 suficiente para cobrir os custos no corporativo, mais que suficiente para gerar adição de valor no segmento PME, e através da contínua nova carteira de planos individuais a ser construída, aí sim a companhia espera pricing power adicional em 2020 nos planos individuais ok? Obrigado.

Sr. Joseph: obrigado Pacheco.

Operadora: a próxima pergunta é de Samuel Alves do banco BTG Pactual.

Sr. Samuel Alves: bom dia Rodrigo, Luis, Pacheco, bom dia a todos. São duas perguntas mais pontuais, a primeira delas é sobre esse earnout da Odonto System que acabou sendo contabilizado agora no 3T. Era só para entender enfim se na verdade a performance do ativo está um pouco melhor que o esperado e é por isso que incorreu nesse earnout.

Uma segunda pergunta só para ficar um pouco mais claro ainda no assunto de crescimento de vidas no 3T, vocês mencionaram especialmente no corporativo crescimento em novos contratos e também nos mesmos contratos, só para entender se o churn também, se a performance do churn melhorou ou se foi mais uma questão de gross adds melhor no trimestre. É isso, obrigado.

Sr. Luis Andre Blanco: oi Samuel bom dia, é Luis falando. Sobre Odonto System, sobre earnout, só recapitulando como foi nosso *deal* de aquisição, a gente pagou o múltiplo de Ebitda sobre o ano de 2017, a gente finalizou a aquisição em agosto de 2018 e no momento que a gente finaliza essa aquisição, além do múltiplo de Ebitda de 2017, a gente acordou com a parte vendedora o earnout em cima do ano de 2018 e o ano de 2019.

Quando a gente faz o business combination dessa transação no 3T18 contabiliza o valor pago, que é o valor do múltiplo de 2017, e também contabiliza a expectativa que a gente tem em relação aos resultados futuros da Odonto System.

Então isso foi contabilizado no business combination em 2018 e agora a gente chegou em 2019 com a apuração passado um ano, a gente apura e o realizado de 2018 foi acima do que a gente esperava, que a gente tinha contabilizado, e com isso a gente, no momento desse acerto, a gente reconhece essa diferença entre o efetivamente realizado do earnout e a expectativa como resultado.

Então sim, a gente teve em 2018 uma performance acima do esperado quando a gente fez o business combination da transação - e só lembrando que a transação a gente pagou 9x Ebitda e o earnout ele era baseado num múltiplo de 4x Ebitda ok?

Sr. Rodrigo: Samuel, a segunda parte que é o churn do corporate, primeiro, de novo a performance aqui é uma performance que passa não só pela venda de novos

contratos, como passa também por campanhas de adesão em contratos existentes, e com relação ao churn que você está perguntando a gente sente uma melhora com relação à movimentação de contratos, ou seja, todo mês a gente recebe das empresas clientes um arquivo dizendo para incluir "X" funcionários e excluir "Y" funcionários, seja porque pediram demissão, porque foram mandados embora, alguma coisa assim, e a gente começa a observar uma estabilização maior, ou seja, que sinalizaria uma melhora no ambiente de trabalho, de emprego. Então essa é nossa fotografia do ambiente corporate.

Sr. Samuel: perfeito, ficou bem claro, muito obrigado.

Operadora: a próxima pergunta é de Leandro Bastos, do Citi.

Sr. Leandro Bastos: oi pessoal bom dia, obrigado. Na verdade é um follow up com relação ao ponto da sinistralidade dos planos individuais. Acho que ficou bem clara a estratégia de trazer esse nível para sinistralidade que vocês entendem ser o patamar correto e também todas as ferramentas que vocês têm mapeadas. Então minha pergunta seria, qual o horizonte de tempo que é razoável esperar para que, talvez, essa melhora aconteça?

E se eu puder fazer uma outra pergunta falando da sinistralidade do corporativo que também cresceu ano contra ano, se pudessem dividir também qual vocês imaginam ser a tendência para essa linha, obrigado.

Sr. Pacheco: Oi Leandro. Começando pela sinistralidade do corporativo, esse ano a gente chegou a ver algum tipo de moral hazard, a utilização ainda dados os níveis altos de desemprego. Isso aconteceu nos primeiros trimestres do ano. A segunda derivada é boa, ela de fato tem dado sinais mais encorajadores recentemente. Então acho que a gente tem uma visão cautelosa para 2020, mas é possível que tenha upside risk para a sinistralidade no corporativo e trazer boas notícias no próximo ano, vamos monitorar isso de perto.

A segunda parte da pergunta sobre a sinistralidade do individual eu diria que a gente tem que ser cauteloso aí em já afirmar o trimestre exato em que isso vai voltar ao padrão normal, ao padrão esperado. A gente falou "trimestres" no release, e toda a nossa comunicação têm utilizado a palavra no plural no sentido de que não é uma solução que vem em 2019; certamente a gente entra em 2020 e ao longo de 2020, ao longo dos trimestres de 2020 a gente está evidentemente conversando com todos e dando transparência nos resultados.

Então os trabalhos já começaram, são diversos ajustes e a companhia espera então ao longo dos próximos trimestres ter o resultado esperado dentro desses movimentos táticos tá bom? Obrigado.

Sr. Leandro: tá bom, tá ótimo Pacheco, obrigado.

Operadora: Senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas basta digitar asterisco um.

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra aos palestrantes e para as considerações finais.

Sr. Pacheco: Eu queria agradecer a participação de todos em mais uma divulgação de resultados trimestral. Nos vemos em breve nos eventos de mercado, um abraço a todos e bom dia.

Operadora: A teleconferência da OdontoPrev está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.
