Conference Call 3T18

OdontoPrev

25 de outubro de 2018

Bom dia senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da OdontoPrev para discussão de resultados referente ao terceiro trimestre e primeiros nove meses de 2018. Estão presentes hoje conosco os senhores Rodrigo Bacellar, Luis Blanco e José Roberto Pacheco.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão ouvindo a teleconferência durante a apresentação da OdontoPrev. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a teleconferência queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando * zero.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet, via *webcast*, podendo ser acessado no endereço www.odontoprev.com.br/ri, onde se encontra disponível a respectiva apresentação. A seleção dos slides será controlada pelos senhores. O *replay* deste evento estará disponível logo após seu encerramento. Lembramos que os participantes do *webcast* poderão registrar antecipadamente, via *website*, perguntas para a OdontoPrev, que serão respondidas durante a sessão de perguntas e respostas.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da OdontoPrev, projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis para a OdontoPrev. Considerações futuras não são garantia de desempenho e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores e analistas devem compreender que condições gerais, condições do setor e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da OdontoPrev, e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais condições futuras.

Gostaria agora de passar a palavra ao senhor José Roberto Pacheco, Diretor de Relações com Investidores da OdontoPrev, que iniciará a apresentação. Por favor, senhor Pacheco, pode prosseguir.

<u>José Roberto Pacheco</u>

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

meses de 2018, inaugurando o ciclo de divulgação do setor de saúde no mercado de capitais brasileiro.

Dando início à apresentação, no slide de número 3, destaque ao crescimento de 14,8% da receita líquida no trimestre, melhor desempenho desde o 2T12, confirmando os diferenciais estratégicos da OdontoPrev, com aceleração de receita no PME e nos Planos Individuais.

No slide 4, nosso próximo slide, nós mostramos a evolução dos segmentos não-corporativos, com um crescimento de 75% no PME e 120% nos planos individuais, quando comparados à 2014, ou seja, taxas de crescimento anual bastante acima da média da indústria.

Nosso próximo slide, o slide 5, nós 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 de contribuição diferenciadas. Além disso, reforçando a estratégia, os produtos não-corporativos apresentam significativas barreiras à entrada como escala e qualidade de distribuição, risco de crédito do cliente de pequeno porte ou individual, seleção adversa e tecnologia de gestão, diferenciais claros do modelo de negócios OdontoPrev.

Passando para o slide 6, apresentamos o recorde histórico de R$24 milhões em receita incremental nos planos individuais no trimestre. Destaque também para o segmento corporativo, que teve o melhor desempenho desde o 4T14, com mais R$17 milhões de receita incremental no 3T18.

Vale notar, como vemos no próximo slide 7, o segmento corporativo apresentou crescimento de 7,2% na receita trimestral, o que não observávamos desde 2015, em particular no 1T15.

Passando para o slide 8, destacamos o crescimento de 13% no tíquete médio dos massificados, atingindo R$33 no 3T18, versus R$ 29 um ano atrás.

Nosso próximo slide, o slide 9, vemos a evolução do perfil dos planos individuais, que em 2018 passam a ter equilíbrio entre varejo e canais bancários, o que traz maior poder de precificação, menor despesa de comercialização e PDD mais atrativa, elevando a rentabilidade do portfólio consolidado.

Passando ao slide 10, mostra dados da ANS desde 2012, com o crescimento contínuo dos planos odontológicos, mesmo durante os anos de recessão, versus a estagnação do número de vidas nos planos médico-hospitalares, hoje menor que o mercado de planos de saúde de seis anos atrás, em número de beneficiários.

Nosso próximo slide, slide 11, mostramos as adições líquidas no 3T18, originadas em todos os segmentos, com incremento total de 711 mil vidas, das quais 77 mil vidas orgânicas e 634 mil oriundas da Odonto System.

No slide 12, destacamos as adições líquidas orgânicas de 256 mil vidas nos últimos doze meses, o melhor desempenho em anos, desde 3T13.

Passando para o slide 13, mostramos a recuperação do segmento corporativo, onde no 3T18 tivemos adição líquida de 313 mil vidas, sendo 25 mil vidas orgânicas e 288 mil da Odonto System.

Nosso próximo slide, slide 14, destacamos o menor nível de sinistralidade anual desde 2010, de 44,3% da receita, em função da crescente participação de produtos de maior valor agregado na composição da receita, com custos competitivos.

Passando à geração de caixa, conforme slide 15, vemos EBITDA ajustado de R$302 milhões, 17,3% superior aos 9M17, com expansão de margem para 26,1%. Em particular no trimestre, atingimos R$102 milhões, com expansão de margem EBITDA para 24,6%, e crescimento de 24,8% quando comparado ao 3T17.

Como podemos ver no próximo slide 16, finalizamos o trimestre com um caixa de R$430 milhões, após liquidação financeira da Odonto System, ocorrida no mês de agosto.

A Odonto System, conforme slide 17, agrega novo modelo de negócios, ao múltiplo de 9x EBITDA 2017, a OdontoPrev adicionou 634 mil vidas a nossa base, receita de R$17,3 milhões nos meses de agosto e setembro, tíquete médio de R$14,70, e sinistralidade de 33,5%, abaixo dos patamares da OdontoPrev. O EBITDA no bimestre AGO-SET18 da Odonto System foi de R$4,0 milhões, com uma margem EBITDA de 23,4%, superior à observada no ano de 2017.

No slide 18, destacamos mais uma vez, crescimento do número de acionistas, totalizando 8,5 mil, quase o dobro do observado em setembro do ano passado. A base de investidores da Companhia, conforma nosso último slide 19, permanece globalizada, com destaque para 94% do *free float* em controle estrangeiro.

Antes de passar ao Q&A, gostaríamos de convidar a todos a participar do OdontoPrev Day, que acontecerá no dia 04 de dezembro de 2018, na sede da Companhia. Bastante em breve daremos mais informações a todos.

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.

A primeira pergunta vem do Sr.Thiago Macruz, Itaú BBA.

Sr. Thiago Macruz: Oi pessoal bom dia. Eu tenho duas perguntas, a primeira delas com relação à Odonto System. Vocês mencionaram para a gente ao longo do tempo que o *business model* da Odonto System no individual é muito diferente do que vocês têm para a Odontoprev no sudeste. Eu queria entender como caminha essa troca de inteligência de trazer um pouco do *mindset* que a Odonto System faz em outras regiões para a região sudeste. Se vocês pudessem passar para a gente alguns *milestones* do que vocês têm feito eu acho que ajudaria a gente a ganhar um pouco de confiança dessa parte do negócio daqui para a Odonto com esse *business* diferente.

E a outra pergunta seria tentar entender. Vocês não abrem o *dental loss ratio* por segmento entre Odonto System e OdontoPrev, se existe alguma discrepância grande no DLR entre o Odonto System e OdontoPrev para o corporativo, o individual e o PME. Se pudessem dar uma ideia para a gente de quantificar isso seria super legal. São minhas duas perguntas pessoal, muito obrigado.

Sr. Rodrigo Bacellar: Thiago bom dia, é Rodrigo falando, obrigado pela pergunta. Na verdade a gente assinou e liquidou a operação no dia 7 de agosto, então a gente ainda vai com um pouquinho mais de dois meses de integração, e está muito recente ainda. O que a gente encontrou até agora são coisas que nos animam, nos deixam muito satisfeitos de ver a qualidade da operação que a Odonto System tem, mas está muito cedo ainda para a gente já falar de como rolautar isso para outras regiões, etc. Então a gente está de fato comprovando um modelo de operação que eles têm com o tíquete médio na casa de 14,50, R$ 15, eles têm essa sinistralidade; mas ainda num período de muita conversa, reuniões, integração das equipes. Então sob a ótica de rolautar esse modelo para levar para outras regiões está muito cedo para a gente aprofundar ainda.

Com relação ao cronograma, a gente está correndo num primeiro cronograma que é o cronograma de integração societária, e esse que eu estava comentando de fazer esse *rollout* para outras regiões faz parte de um cronograma nosso operacional. Então nós temos reuniões de equipes multi disciplinares semanais, tem viagens, muitas viagens e intercâmbio de conhecimento, etc.; mas de novo com um pouquinho mais de dois meses, praticamente dois meses da assinatura, está muito cedo ainda para a gente já poder antecipar e detalhar a mais do que seria o futuro dessa migração desse modelo de negócio para outras áreas do Brasil.

Sr. Thiago: perfeito. E com relação à discussão de DLR entre diferentes segmentos, Odonto e Odonto System será que vocês poderiam dar uma corzinha para a gente?

Sr. José Roberto Pacheco: oi Thiago é Pacheco. Na realidade esse 2S18 é um semestre de acompanhamento, entendimento e aprofundamento dentro do modelo da Odonto System. A gente espera trazer para vocês e para o mercado a partir de 2019 muito mais cor do potencial desse novo modelo. A Odonto System sem dúvida é uma aquisição diferente das inúmeras já feitas pela OdontoPrev. Ela mais uma vez traz um modelo diferente de negócios com uma sinistralidade bastante atrativa.

Ela é uma empresa regional, um modelo que se aplica bem em alguns estados, e dada a característica nacional da OdontoPrev evidentemente que o potencial é bastante relevante. Esse vai ser um tema de contínua comunicação entre nós e o mercado, e enfim a gente está muito satisfeito com a conclusão do *deal* agora nesse 3T e a partir do próximo a gente vai estar cada vez mais dando mais cor de como está sendo esse desenvolvimento desse novo modelo dessa nova plataforma e que sem dúvida traz muito otimismo para os trimestres pela frente.

Sr. Thiago: tá ótimo Pacheco, Rodrigo, obrigado pelas respostas e parabéns pelos resultados.

Sr. Pacheco: Um prazer, a gente é que agradece.

Operadora: próxima pergunta Joseph Giordano, J. P. Morgan.

Sr. Joseph Giordano: olá bom dia Pacheco, bom dia Rodrigo, obrigado por pegarem minha pergunta. Na verdade são duas, então a primeira delas vai na questão das tendências de volume. A gente vê uma melhora, talvez um pouquinho aquém do que a gente esperava, mas mesmo assim a gente consegue ver *net adds* positivo por dois trimestres seguidos.

Então o que eu queria entender da dinâmica do jogo é como a que vocês estão vendo esse mercado, se hoje esse crescimento líquido de vidas está de fato vindo de novos contratos, ou seja, a empresa captura novos clientes ou é uma questão de *turnover* nos contratos e vocês já começam a ver algum volume maior de contratação?

Agora minha segunda pergunta vai um pouco nessa migração no segmento massificado, individual. A gente vê o canal bancário ganhando bastante espaço, já era esperado, e agora meio a meio. Eu queria entender um pouquinho como é que está a diferença de *duration* nesse produto, se você está conseguindo ter mais tempo na base ou não, obrigado.

Sr. Rodrigo: Joseph obrigado também pela pergunta. Com relação ao volume eu acho que essa, como o Pacheco mencionou no discurso de abertura, é uma das belezas da estratégia da OdontoPrev. A gente tem um portfólio diversificado em segmentos, então a gente opera no corporativo, opera no PME e opera no individual;

e a gente tem também canais diversificados. Então a gente tem também nossa operação com corretores e grandes parceiros nossos, nós temos operações nos canais bancários, temos operações de parcerias com varejistas. Então acho que a beleza do modelo, como o Pacheco dizia na abertura, é a gente ser capaz de ter uma plataforma pronta para se beneficiar de movimentos, que podem ser de movimento que ajude, que alinhe todos esses canais e todos esses segmentos no mesmo momento, pode ser uma plataforma que às vezes quando um canal, um segmento vai mal, outros vão bem. Então acho que o que a gente está enxergando com essa sequência que a gente viu nos últimos trimestres de crescimento de vidas é um pouquinho deixar para trás desse momento pavoroso que o Brasil passou de retração econômica brutal, a pior da história dele, e começar a enxergar na frente ventos melhores.

E o indicador que a gente sempre comenta com vocês que é aquele negócio da movimentação dos contratos. Então durante meses a fio, 36 meses a fio, a gente via as empresas demitindo mais funcionários do que contratando funcionários, e nós sentimos nos últimos cinco meses uma tendência de reversão disso. Então há de fato uma melhoria, que aliás não é à toa que saiu geração de empregos de 137.000 vagas pelo Caged em setembro, outras 50 ou 60.000 vagas no mês de agosto.

Então acho que quando você tem essa diversificação de segmentos onde você consegue operar e chegando a ele através de canais adequados e com uma tecnologia por detrás que te possibilita levar eficiência, simplificação de venda, produtos adequados também para diversos segmentos, o que a gente vê é que quando a economia dá esse sinal de melhora o que a gente está observando é que tanto esses diferentes segmentos quanto os diferentes canais estão respondendo de maneira positiva, um que vai bem compensar o outro que vai mal. Como o Pacheco demonstrou em um dos gráficos da apresentação de criação de vidas, de ganho de vidas, houve adição líquida em todos os segmentos.

Então acho que isso é importante. A gente é claro que dado o cenário eleitoral, a capacidade de implantar reformas que o Brasil tanto precisa, etc., a gente segue com uma visão cautelosa, melhor do que era a visão cautelosa de três meses atrás, melhor que a de seis meses atrás; mas claro que ainda tem uma série de incertezas sem conhecer os programas, seja qual for o candidato em maior detalhe, capacidade de aprovação e tudo isso; mas claramente a gente tem hoje um cenário que é melhor do que o cenário que era seis meses atrás.

Então com relação ao volume eu diria para você que é isso, nossa capacidade de ter uma plataforma, tecnologia, sistemas, força de venda, canais, produto adequado, etc., para se beneficiar de um crescimento do país em todos esses segmentos.

Com relação a massificados vou passar para o Pacheco para ele endereçar.

Sr. Pacheco: Joe obrigado pela pergunta. A OdontoPrev está sendo pioneira em abrir as portas do mercado não corporativo, e contando com canais de distribuição absolutamente compromissados e de tamanho incomensurável. De fato as vidas tem sido uma característica na expansão desse canal e a gente tem desfrutado da possibilidade de ter o canal não corporativo ficando cada vez mais relevante.

A gente mostrou na apresentação que em 2014 ele representava 1/4 da receita, e agora nesse 3T ele já chegou a 40% praticamente da nossa receita, quer dizer, isso é bastante material. Só o tamanho dessa carteira é muito superior ao de alguns concorrentes nossos. E o mais interessante ainda é que dentro em particular dos planos individuais a companhia está tendo sucesso agora em 2018 em pela primeira vez apresentar a plataforma bancária como a líder também em vidas nos planos individuais. Isso traz um tíquete médio superior, isso traz uma despesa de comercialização inferior, isso minimiza o PDD e consequentemente sobe a rentabilidade do portfólio, não só dos planos individuais mas também da companhia como um todo.

É exatamente esse ciclo de inovação de valor que a gente gostaria de deixar bem claro, ele é o coração do planejamento estratégico da companhia nos últimos anos e que agora cada vez mais fica claro com as divulgações trimestrais e com os números que a gente tem tanta alegria em estar divulgando. Eu acho que a dinâmica é construtiva. Hoje a gente está com o tíquete médio nos planos individuais de cerca de R$ 40. Ele ainda é inferior aos preços de lista principalmente na plataforma bancária, de modo que a gente vê *upside* ainda relevante no tíquete dos planos individuais, uma dinâmica semelhante nos planos para pequenas e médias empresas e em que a gente tem sido de novo pioneiros em lançar novos produtos que têm maior nível de cobertura e consequentemente tíquete mais elevado.

É esse ciclo então que a gente gostaria de estar dividindo com vocês e que foi a característica marcante do 3T agora de 2018.

Sr. Joseph: Perfeito gente, muito obrigado, bom dia.

Operadora: próxima pergunta Rodrigo Gastim, BTG Pactual.

Sr. Rodrigo Gastim: bom dia pessoal. Eu queria entrar um pouco mais nessa discursão do tíquete médio do individual, acho que foi uma das surpresas positivas do resultado. Olhando o nível de *net adds* que vocês tiveram no tri foi um bom nível de *net adds*, mas quando você olha a representatividade da base só novos produtos a

preços maiores fica um pouco difícil de explicar toda essa melhora que vocês tiveram no tíquete médio.

Então se vocês pudessem explicar um pouco melhor da onde veio essa melhora do tíquete médio. Duas coisas então: de onde veio essa melhora e o segundo ponto o quão sustentável, o quanto espaço vocês ainda acreditam que têm para melhorar esse tíquete médio no individual. E aí se vocês pudessem dividir a resposta entre o segmento das lojas de departamento e também o segmento bancário eu acho que ficaria melhor para a gente entender um pouco como é que esse efeito mix está jogando a favor ou eventualmente contra esse tíquete médio. Essa é minha dúvida, obrigado pessoal.

Sr. Pacheco: Rodrigo bom dia. O tíquete médio dos planos individuais subiu de R$36 um ano atrás para na realidade R 41, próximo disso agora no 3T18. Então comparando o mesmo nível de clientes, o mesmo nível de portfólio, a resposta é não; o portfólio tem mudado, tem mudado para melhor. Ele tem cada vez mais o lançamento de novos produtos nos canais bancários e o reajuste de tíquete em alguns contratos já na carteira de varejo, que você citou bem das lojas de departamento. Na realidade são vários acordos que têm preços diferentes nas lojas de departamento, e a gente espera um continuo reajuste aproximado essa carteira que ainda hoje tem tíquete inferior à dos planos bancários.

Então na realidade aqui são duas dinâmicas: o lançamento de novos produtos na carteira bancarizada que hoje já têm preço de lista substancialmente acima dos R$ 40 que é a média contábil dos planos individuais no 3T; e a segunda dinâmica é de reajuste, atualização de preços dos planos de varejo, que praticamente um ano atrás estavam a nível de 35, alguns ainda se encontram nesse patamar.

Então quando você vê a carteira ficando mais bancarizada, tendo reajustes de preço nos contratos de varejo e também com sucesso principalmente do Bradesco em lançar produtos de *high end*, produtos triple A de maior valor agregado, o resultado natural é um tíquete mais acelerado nos planos individuais, o que fez com que a receita subisse mais de 30% agora em 3T contra 3T.

Então essa é a dinâmica de inovação de valor. Esse é um processo de transição. Ambas as carteiras estão em mutação e mutação para melhor em termos de adição de beneficiários, mas principalmente de tíquete. É nossa visão para os próximos trimestres Rodrigo.

Sr. Rodrigo Gastim: perfeito Pacheco. Então nessa questão do canal de varejo eu acho que a gente até conversou sobre isso, que alguns contratos não estavam sendo reajustados há algum tempo, ou um reajuste muito abaixo do que eventualmente

poderiam ser feitos, e agora aparentemente vocês estão capturando esse benefício, e capturaram esse benefício no 3T.

Então só para ver se eu entendi bem: ao longo dos próximos trimestres ainda há um espaço para ser capturado do ponto de vista de reajuste desse canal de varejo. Eu acho que o efeito do mix ficou super claro como você explicou, os produtos novos triplo A via Bradesco, mas olhando para o canal de varejo ainda existe um pouco de espaço para renegociar alguns contratos que, acho que congelados não é a melhor palavra para utilizar; mas que estavam talvez sendo reajustados a um índice um pouco menor do que vocês gostariam? Existe ainda esse espaço para ser capturado?

Sr. Pacheco: existe sim Rodrigo, você está entendendo perfeitamente bem, a dinâmica é essa. A companhia tem tido sucesso nesse diálogo com os diversos parceiros no ramo de varejo. É importante lembrar também, Rodrigo, a dinâmica de *churn*, o cancelamento de planos e produtos mais antigos quando substituído por produtos mais novos, isso claramente traz tíquete superior.

Então essas duas dinâmicas são verdadeiras, você entendeu perfeitamente bem, a gente está de fato construtivo com a dinâmica do tíquete médio do individual nos próximos trimestres.

Sr. Rodrigo Gastim: excelente Pacheco. Se você me permitir só uma segunda pergunta falando um pouco agora de M&A. Eu queria só entender um pouco qual é o foco da companhia nessa área nesse momento. Então obviamente acho que agora é a integração da Odonto System, eu acho que essa é a prioridade para vocês, uma das principais para vocês; mas eu queria entender como é que fica essa dinâmica para frente, ou seja, vocês continuam analisando eventuais *players* em regiões onde a empresa ainda não está tão presente e que obviamente não traria problemas de Cade e coisas do gênero ou não, vocês acham que a Odonto System era algo importante que vocês precisavam entregar e agora o foco é na integração e essa dinâmica de M&A pode dar uma desacelerada daqui para frente? Só entender um pouco a estratégia de M&A para frente, obrigado pessoal.

Sr. Rodrigo: Rodrigo, a resposta aqui é a resposta padrão. Sempre que houver uma boa oportunidade a gente terá braço para olhar boas oportunidades. O foco de fato é a integração de Odonto System, mas não nos furtaríamos de olhar uma boa oportunidade caso ela surgisse.

Sr. Rodrigo Gastim: excelente Rodrigo. Desculpa, mas só para entender um pouco melhor, mudar um pouco a pergunta: essas novas oportunidades interessantes elas ainda existem na visão de vocês? Existem algumas oportunidades boas ainda de

empresas que teriam perfil parecido ao da companhia e que faria sentido eventualmente serem adquiridas? Esse pipeline de fato ainda existe?

Sr. Pacheco: Rodrigo, na realidade um mandato da OdontoPrev desde o IPO é de maximizar o valor seja de forma orgânica ou de forma inorgânica. O que a companhia fez e vai continuar fazendo é verificar boas aquisições; mas certamente nós não fizemos todas as aquisições do setor na última década. Então nós gostamos de valor, você pode ter situação de volume ser oferecido, isso não nos interessa; a gente está focada na última linha, não necessariamente na primeira linha.

Sr. Rodrigo Gastim: excelente, super claro, obrigado Rodrigo, obrigado Pacheco.

Operadora: próxima pergunta Marco Nardini, UBS. Sr. Marco sua linha está aberta.

Próxima pergunta Javier Martinez, Morgan Stanley.

Sr. Javier Martinez: bom dia Rodrigo, Pacheco. Eu queria *double-check* duas coisinhas por favor. A evolução que vocês subiram no dental loss ratio foi espetacular. Parte disso é fato que no 2017 vocês fizeram o ajuste de *INSS* e também a incorporação de Odonto System. Como evolucionou o *dental loss ratio* ex-INSS e ex-Odonto System? A primeira.

A segunda pergunta é assumindo que agora temos uma recuperação, a recuperação de *top line* que vocês estão tendo que está acelerando ela continua a aceleração com Bolsonaro? A diluição desse administrativo continua, correto? São minhas duas perguntas.

Sr. Rodrigo: Javier com relação ao que você falou, seja Bolsonaro ou seja o Haddad, a gente está construtivo com relação ao Brasil. Existe uma visão consolidada entre nós e vários agentes econômicos, etc., pessoas que a gente conversa, economistas, de que há a questão da previdência privada por exemplo é um tema que será enfrentado, e isso é crítico para o Brasil.

Então algumas pautas que independente de quem venha a ganhar a eleição, pautas que serão endereçadas e muito benéficas para o país. Então a gente acredita sim, temos uma visão construtiva para o Brasil. Estamos otimistas, cautelosamente otimistas, mas vendo um país melhor para 2019 e principalmente para 2020 do que o país que a gente viu ao longo de 16 e 17.

Esse é um cenário importante é para a gente que já começa a se refletir, por exemplo, nessa maneira que a gente controla os contratos, de quantas pessoas a mais são demitidas do que são contratadas. Então já temos vários indicadores e sinalizadores no dia-a-dia nos nossos controles e nas nossas visitas comerciais, nas nossas

conversas com empresários e agentes econômicos, de que há um anseio muito grande de desengavetar projetos e colocar projetos em marcha, de atacarem endereçar pontos muito importantes para destravar a economia. Então a gente tem uma visão construtiva qualquer que seja o candidato a vencer.

Com relação ao *dental loss ratio* ex-Odonto System eu vou passar para o Pacheco.

Sr. Javier: Rodrigo somente... por que a pergunta eu não expliquei bem. Para mim uma surpresa positiva dos resultados foi a diluição despesas administrativos que vinha sendo um *highlight* negativo nos últimos dois, três Q, do que estava como porcentagem de vendas estavam incrementando e agora claramente tem uma melhora. Essa melhor obviamente consiste em aceleração no *top line*, diluição boa, positiva, que no fundo era a história de sempre, a OdontoPrev sempre foi isso: crescimento *top line double-digit* e você dilui despesas administrativos. Assumindo que Bolsonaro, Haddad, quem seja, e tenha uma recuperação econômica que acontece no próximo ano seguinte e você continua crescendo *double-digit top line*, não tem nenhum motivo para que a diluição de despesas administrativas não continue, essa a pergunta, correto?

Sr. Rodrigo: acho que uma coisa importante que você mencionou é o seguinte: não só nós temos produtos novos e alguns produtos reprecificados, como você tem a carteira mudando, quer dizer, a carteira e vidas com tíquete mais baixo que eventualmente saiam da carteira e são substituídas por produtos, por vidas e tíquetes mais elevados.

Então é de se esperar, como Pacheco mencionou, que a própria substituição de carteiras, vidas antigas a preços mais baixos entrem vidas novas com preços mais altos. Então está correta sua tese. A gente espera que isso de fato aconteça, se verifique.

Sr. Pacheco: oi Javier é Pacheco. Complementando a questão da receita, da dinâmica de crescimento da receita, um destaque dos últimos trimestres, na realidade desde meados do ano passado, foi o segmento corporativo. Então nós apresentamos por cinco trimestres consecutivos adições líquidas no segmento corporativo e com tíquete médio crescente.

Duas razões justificaram muito esse crescimento: primeiro a dinâmica de crescimento em livre adesão, o *open enrollment* em inglês, em que a gente tem a crescente conquista de novos funcionários em contratos corporativos já assinados. Esse crescimento é cativo da OdontoPrev, é exclusivo da companhia, com tíquete médio saudável, racional em contratos já assinados em anos anteriores.

O segundo, e essa é uma novidade interessante e que ficou mais clara a partir de meados do ano passado, são os canais bancários também trazendo a possibilidade

comercial de novos contratos no segmento corporativo. Então esse também é um diferencial em que ficou mais evidente, mais claro desde meados do ano anterior.

Com relação ao seu outro item que é a sinistralidade ex-Odonto System, sim, ela foi menor no segmento corporativo e também no PME. Ela foi praticamente do mesmo patamar no segmento individual e isso é muito saudável. Em essência a frequência que é uma variável chave na medição da sinistralidade tem sido praticamente a mesma. Como o tíquete médio tem se acelerado em particular nos segmentos massificados, a consequência é que a sinistralidade tem sido menor. Então a companhia está muito bem posicionada. Nós apresentamos agora nos últimos doze meses a menor sinistralidade praticamente desde a associação estratégica com o Bradesco em 2010, e que evidentemente se traduziu numa margem Ebitda próxima do *high* histórico chegando muito próximo dos 26%. Eu acho que a beleza da estratégia está muito clara e a gente está, mais uma vez, muito contente com os números recentes da companhia ok?

Sr. Javier: espetacular muito obrigado.

Operadora: próxima pergunta João Matos, Santander.

Sr. João Matos: oi bom dia obrigado por pegarem minha pergunta. Desculpem a insistência inclusive em adições de vidas; mas no individual em que vocês tiveram 36.000 vidas 80% veio de lojas de departamento nesse 3T. Vocês mudaram a política também nesse canal de vendas ou é algo pontual? Obrigado.

Sr. Rodrigo: João acho que mais uma vez esses pratinhos todos que a gente equilibra no mês a mês em termos de canais e em termos de produtos e segmentos por vezes você tem o lançamento de um produto, você tem o foco de uma determinada rede num determinado produto, você tem uma campanha promocional em algum desses vários pratinhos que estão acontecendo.

Então acho que só reforça a estratégia de diversificação em segmentos e em canais é uma das fortalezas da companhia, e quando a gente olha para frente e imagina um cenário de recuperação econômica é muito mais provável que haja a sintonia de todos esses canais, e todos esses segmentos caminhando positivamente. Então isso que você viu nesse trimestre pode continuar crescendo no trimestre que vem, mas com recuperação maior ainda em outro canal.

Então de fato houve, houve sim uma arrancada importante. Por vezes as companhias têm temas internos que postergam ações comerciais ou que fazem com que elas tenham foco num outro determinado assunto ou ação ou produto dentro dela; mas claramente nesse trimestre a gente viu essa recuperação, como pode continuar vendo

esse mesmo ritmo, mas ele ser menos relevante caso outros também caminhem e andem. Então de novo acho que a beleza da estratégia é a gente ter esse portfólio muito diversificado em segmentos, produtos, e com canais também para acessar todos esses segmentos.

Sr. Pacheco: só complementando João o comentário do Rodrigo, na realidade o portfólio de acordos comerciais no varejo da companhia tem subido com a assinatura de novas parcerias. Em particular não foram elas que trouxeram já nos últimos trimestres essas adições líquidas. Então a gente permanece otimista sim com 2019 no resultado das parcerias anteriores já existentes de anos que trazem vidas novas, que trazem um reajuste de tíquete mais próximo da realidade bancária no segmento individual e sim, na expectativa desses novos contratos estarem pela primeira vez trazendo adições líquidas no tíquete moderno, recente, mais atualizadas com a realidade da carteira agora.

Então mais uma vez a receita individual já é a segunda maior do nosso portfólio. Esse crescimento acima de 30% agora no 3T nos encheu de alegria e a gente permanece muito otimista e construtivo com ele para 2019 em diante, tá legal?

Sr. João: super claro, obrigado Pacheco, obrigado Rodrigo.

Operadora: Com licença senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas basta digitar asterisco um, estrela um.

Não havendo mais perguntas encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra novamente à OdontoPrev.

Sr. Pacheco: Bom, queria agradecer a participação de todos nessa nossa conferência do 3T e espero encontrá-los em breve no nosso próximo evento com o mercado. Obrigado, bom dia a todos.

Operadora: A áudio conferência de resultados da OdontoPrev está encerrada. Agradecemos a participação de todos, tenham um bom dia e obrigada por usarem Chorus Call.