

BENEFICÊNCIA CAMILIANA DO SUL

CNPJ-83.506.030/0001-00

Notas Explicativas às Demonstrações Financeiras de 31 de Dezembro de 2021 - Em Reais

15. Débitos de Operações de Assistência à Saúde não Relacionadas com Planos de Saúde da Operadora
2021 2020
Prestadores de Serviços de Saúde 9.524.594,49 9.751.425,99
Outras Obrigações 1.832.868,76 2.210.043,18
Total 11.357.463,25 11.961.469,17

20. Outras Despesas Operacionais de Assistência à Saúde não Relacionadas com Planos de Saúde da Operadora
2021 2020
Ordenados e Encargos Sociais (62.663.910,85) (46.408.638,54)
Serviços de terceiros (81.817.051,08) (66.830.509,96)

16. Tributos E Encargos Sociais a Recolher
2021 2020
INSS 63.171,27 46.655,59
FGTS 93.628,91 64.698,02
Outras obrigações e retenções a recolher 2.575.250,98 2.162.203,67
Total 2.732.051,16 2.273.557,28

21. Despesas Administrativas
Despesa com Pessoal Próprio (10.670.533,27) (8.053.532,35)
Despesas com Serviços de Terceiros (2.976.164,77) (2.287.163,67)
Despesas com Localização e Funcionamento (4.483.998,74) (3.811.768,46)

24. Serviço Voluntário: De acordo com a Resolução ITG 2002 (R1) do Conselho Federal de Contabilidade sobre divulgação do trabalho voluntário, inclusive, quando for o caso, de membros integrantes dos órgãos da administração e conselheiros, no exercício de suas funções, deve ser reconhecido pelo valor justo da prestação do serviço como se tivesse ocorrido o desembolso financeiro. Os serviços voluntários obtidos foram reconhecidos pelo valor justo da prestação, estimado como base na tabela de remuneração praticada pela entidade.

17. Débitos Diversos
Salários a pagar 3.872.558,18 3.557.177,31
Férias e encargos a pagar 1.280.957,21 828.407,97

22. Patrimônio Líquido: Patrimônio social: Constituído pela dotação inicial de seus outorgantes, acrescido ou diminuído do superávit ou déficit apurado em cada exercício. Superávit acumulado: O superávit acumulado em 2021 de R\$ 36.528.095,57 deve ser destinado ao patrimônio social após a aprovação das demonstrações financeiras em Assembleia Geral Ordinária da Entidade.

28. Compromissos: No encerramento do período de 2021 a Entidade não possui outros contratos ou compromissos futuros que requeiram divulgação nas demonstrações financeiras.

18. Provisão para Demandas Judiciais: A Entidade efetua uma avaliação permanente dos riscos envolvidos nos processos contenciosos que possam surgir no decorrer de suas atividades. Essa avaliação é efetuada com base nas informações disponíveis e nos fatores de riscos presentes em cada processo, com base na opinião dos seus assessores jurídicos. A avaliação e classificação entre perda provável, possível e remota, efetuada a partir desse trabalho, determinam os casos passíveis de constituição de provisão. Em 2021, foi efetuada a reversão de provisão no montante de R\$ 5.162.426,53, totalizando o valor de R\$ 16.309.617,84, sendo dividida por esfera jurídica como segue:

23. Conciliação entre Superávit Líquido e o Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais: Em conformidade com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis - Pronunciamento Técnico CPC 03 (R2) - Demonstração Dos Fluxos De Caixa, apresentamos abaixo a conciliação entre o lucro líquido e o fluxo de caixa líquido das atividades operacionais. Fundamentação: CPC 03 (R2) Item 20.A, a seguir:
Atividades Operacionais
Resultado líquido 36.528.095,57 46.224.602,99

31. Outras Despesas Operacionais de Assistência à Saúde não Relacionadas com Planos de Saúde da Operadora
2021 2020
Recall SUS - Pacientes Internados 54.764.403,24 21.887.122,82
Recall SUS - Pacientes Externos 20.404.487,48 14.890.498,98

Relatório do Auditor Independente sobre as Demonstrações Financeiras
A Administração da Entidade é responsável pela elaboração e adequada apresentação dessas demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração de demonstrações financeiras livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro. Na elaboração das demonstrações financeiras, a administração é responsável pela avaliação da capacidade da Entidade continuar operando, divulgando, quando aplicável, os assuntos relacionados com a sua continuidade operacional e o uso dessa base contábil na elaboração das demonstrações financeiras a não ser que a administração pretenda liquidar a Entidade ou cessar suas operações, ou não tenha nenhuma alternativa realista para evitar o encerramento das operações. Os responsáveis pela governança da Entidade são aqueles com responsabilidade pela supervisão do processo de elaboração das demonstrações financeiras. Responsabilidade do Auditor pela Auditoria das Demonstrações Financeiras: Nossos objetivos são obter segurança razoável de que as demonstrações financeiras, tomadas em conjunto, estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro, e emitir relatório de auditoria contendo nossa opinião. Segurança razoável é um alto nível de segurança, mas, não, uma garantia de que a auditoria realizada de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria sempre detectam as eventuais distorções relevantes existentes. As distorções podem ser decorrentes de fraude ou erro e são consideradas relevantes quando, individualmente ou em conjunto, possam influenciar, dentro de uma perspectiva razoável, as decisões econômicas dos usuários tomadas com base nas referidas demonstrações financeiras. Como parte da auditoria realizada de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria, exercemos julgamento profissional e mantemos ceticismo profissional ao longo da auditoria. Além disso: -Identificamos e avaliamos os riscos de distorção relevante nas demonstrações financeiras, independentemente se causada por fraude ou erro, planejamos e executamos procedimentos de auditoria em resposta a tais riscos, bem como obtivemos evidência de auditoria apropriada e suficiente para fundamentar nossa opinião. O risco de não detecção de distorção relevante resultante de fraude é maior do que o proveniente de erro, já que a fraude pode envolver o ato de burlar os controles internos, conluio, falsificação, omissão ou representações falsas intencionais; - Obtermos entendimento dos controles internos relevantes para a auditoria para planejarmos procedimentos de auditoria apropriados às circunstâncias, mas, não, com o objetivo de expressarmos opinião sobre a eficácia dos controles internos da Entidade; - Avaliamos a adequação das políticas contábeis utilizadas e a razoabilidade das estimativas contábeis e respectivas divulgações feitas pela administração; - Concluímos sobre a adequação do uso, pela administração, da base contábil de continuidade operacional e, com base nas evidências de auditoria obtidas, se existe incerteza relevante em relação a eventos ou condições que possam levantar dúvida significativa em relação à capacidade de continuidade operacional da Entidade. Se concluímos que existe incerteza relevante, devemos chamar atenção em nosso relatório de auditoria para as respectivas divulgações nas demonstrações financeiras ou incluir modificação em nossa opinião, se as divulgações forem inadequadas. Nossas conclusões estão fundamentadas nas evidências de auditoria obtidas até a data de nosso relatório. Todavia, eventos ou condições futuras podem levar a Entidade a não mais se manter em continuidade operacional; - Avaliamos a apresentação geral, a estrutura e o conteúdo das demonstrações financeiras, inclusive as divulgações e se as demonstrações financeiras representam as correspondentes transações e os eventos de maneira compatível com o objetivo de apresentação adequada. Comunicamos com os responsáveis pela governança a respeito, entre outros aspectos, do alcance planejado, da época da auditoria e das constatações significativas de auditoria, inclusive as eventuais deficiências significativas nos controles internos que identificamos durante nossos trabalhos. Fornecemos também aos responsáveis pela governança declaração de que cumprimos com as exigências éticas relevantes, incluindo os requisitos aplicáveis de independência, e comunicamos todos os eventuais relacionamentos ou assuntos que poderiam afetar, consideravelmente, nossa independência, incluindo, quando aplicável, as respectivas salvaguardas.

Resumo de dados financeiros e administrativos, incluindo a Diretoria (Antonio Mendes Freitas, Jair Gomes de Araújo) e informações de contato.

A experiência como conexão entre mundos físico e digital

Superar expectativas com abordagens que despertam sentimentos positivos nas pessoas.

Nathan Janovich (*)

Esta é a essência do Marketing de Experiência, que fortalece vínculos entre marcas, consumidores e possibilita retornos significativos na criação de um fluxo recorrente de faturamento, na maior competitividade entre os concorrentes e no ganho de visibilidade e relacionamento junto aos clientes. Não se trata de algo novo. Em 2000, o autor Bernd H. Schmitt lançou o primeiro livro sobre o tema, cujo título era "Experiential Marketing", que traduziu em palavras as ferramentas possíveis para fazer os clientes sentirem, pensarem e se identificarem com as marcas, por meio de vivências. Em terras brasileiras, há registros de empresas que iniciaram estratégias neste âmbito por volta de 2011. Mas a pandemia ressignificou a forma como as empresas traçam planos para

proporcionar momentos marcantes tão essenciais para melhorar a percepção e a experiência emocional dos clientes. Durante o isolamento imposto pela COVID-19, as pessoas passaram a priorizar rotinas online em detrimento das interações físicas. Praticamente dois anos depois do surgimento da doença (e passada a empolgação pelas compras online e pelos inúmeros aplicativos que tornaram a vida mais prática, porém com o mínimo de contato entre as pessoas), observamos uma população ávida por retomar a vida como ela sempre foi - não no sentido de se aglomerar ou não se proteger, mas sim de retomar os encontros, os eventos sociais e as situações em que possam interagir. As marcas precisam estar conscientes disso para criarem oportunidades de atuação. Ao impactar essas pessoas que estão ansiosas por voltar a ter vida social,



A essência do Marketing de Experiência, que fortalece vínculos entre marcas, consumidores.

mas que se habituaram com as mudanças ocasionadas pela pandemia, as marcas têm condições de criar relacionamentos bem mais profundos. Com criatividade, ações simples que mesclam o universo físico e virtual podem trazer resultados incríveis e em meio a uma competição infinitamente menor do que a encontrada hoje apenas nos canais digitais.

Há espaço, inclusive, para o trio conhecido pela sigla em inglês ESG (E de meio ambiente, S de social e G de governança), que é uma tendência e não vai ter volta. Segundo a Bloomberg, o montante mundial ligado às estratégias de ESG representou US\$38 trilhões em 2020 e deve chegar a US\$53 trilhões em 2025, o equivalente a um terço dos ativos de investimentos.

Há alguns anos, duvidava-se destas estratégias, mas agora esta é uma preocupação real e impacta qualquer mercado. E não há momento melhor para o Marketing de Experiência mostrar a que veio. Ações desta natureza estão totalmente relacionadas ao mundo offline, mas podem ser importantes para gerar interação também no digital. Isso porque é muito fácil de interagir e se comunicar com as pessoas pelas redes sociais, mas o impacto mais significativo ocorre durante a ação em si, presencialmente. Sendo assim, o Marketing de Experiência funciona como uma conexão entre os dois ambientes, obtendo de cada consumidor uma reação, comovendo, mobilizando seus sentidos de forma mais profunda. É ele quem propicia a interação com o cliente no mundo real. Por mais que as pessoas apreciem a vida no

universo digital, a maioria das entregas propriamente ditas ocorrem no offline. As empresas devem ficar atentas às oportunidades para surpreender clientes e pensar em ações que gerem efeitos mais permanentes e menos etéreos quanto aqueles obtidos nas concorridas campanhas digitais. Se você vende chocolates, obviamente seu cliente não vai sentir o cheiro nem ver o tamanho do seu produto, a menos que você invista em uma ação corpo a corpo. É aí que o Marketing de Experiência pode ser decisivo. A grande sacada está em respeitar os valores da marca e transformar esses valores em iniciativas que se convertam em fãs e seguidores. Influenciadores estão por toda parte. E engana-se quem acredita que eles são simples compradores.

(*) - É fundador e CEO da Rentbrella (https://www.rentbrella.com/).

Na internet, quem entende os princípios da ética é rei

Alexandre Libanori (*)

É inegável o quanto as redes sociais se tornaram imprescindíveis em nossa rotina, o quanto recebem nosso tempo e atenção todos os dias. A internet uniu os povos e também transformou os povos. O que estava distante agora está a um clique e as redes sociais aproximaram mais ainda todos nós. As interações, as compras e vendas, a forma de negociar, tudo está mudando. Por mais diferente que esteja, por mais moderno ou revolucionário que pareça, tudo isso ainda se trata de relação entre pessoas e, portanto, deve conside-

rar os princípios de moral e ética. Podemos conceituar ética como um conjunto de valores que orientam o comportamento das pessoas em relação às demais pessoas inseridas na sociedade em que vivem, garantindo assim o bem-estar social de todos. Nas redes sociais esse trata não deve ser diferente. Deve-se envolver valores, regras de relacionamento e, principalmente, respeito ao próximo, assim como acontece em uma sociedade offline. Acreditamos que nas redes sociais podemos nos expressar livremente. De fato, podemos. O que não podemos é desconsiderar as consequências e os desdobramentos. O

distanciamento físico, a "frieza" da tela, a ausência do calor humano são uma armadilha capaz de transformar a nossa liberdade de expressão em difamação, dano moral, propaganda enganosa, constrangimento e coisas piores. Uma má escolha de palavras ou uma afirmação mal colocada podem tornar nosso comentário, nosso vídeo ou nosso anúncio passível de processo. Não são poucos os casos de indenização, escândalo e até prisão. Nenhum de nós deseja isso. Por trás de cada clique, cada comentário, cada curtida, cada perfil que nos segue existe um ser humano. Por mais óbvio que isso pareça, somos o tempo

todo levados a ignorar isso. O tempo todo levados a considerar números, métricas, crescimento, lucro. Por isso, ter esse princípio sempre em mente é o segredo do sucesso interpessoal e profissional. Se posicionar de forma respeitosa, verdadeira e altruísta é um grande diferencial, tendo em vista as ciladas e armadilhas do mundo virtual. Uma das bases para se ter um negócio online lucrativo, para nutrir muitos seguidores, para fazer parcerias de sucesso é exatamente a interessoalidade. Marcas com crescimento astronômico, como Yuool, O Novo Mercado e Hotmart se destacam exatamente

pelo seu suporte humanizado, repostas via Direct e atendimento ao público. No vasto mundo da internet, quem entende os princípios da ética é rei. Então, já que estamos surfando nas ondas deste grande mar que é a internet, que saibamos separar o real do virtual e que possamos ser empáticos com as opiniões e principalmente com as diferenças. Afinal, a internet uniu os povos, mas povos completamente diferentes uns dos outros. Cabe a nós saber conviver em sociedade.

(*) - Relações Públicas com MBA em Marketing e especialista em Marketing Digital e E-commerce, é instrutor de Marketing do Senac Goiás.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/C1CF-C1AD-D64B-55DB> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: C1CF-C1AD-D64B-55DB



Hash do Documento

F6D08D374A3B376A50CA3CF242B09E5B3EB4B8AEA154282B3FF2343601657C8B

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 25/03/2022 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 008.007.358-11 em 25/03/2022 23:21 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Fri Mar 25 2022 23:21:44 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.5032404 Longitude: -46.703084 Accuracy: 14.871

IP 189.79.71.162

Hash Evidências:

A3655891CA4D4931C0FF444B5C0017DF6DF04E81E42F6A8F65AA8CB7E307F3D8

