



## Transcrição de Teleconferência

Hapvida

### Resultados do 1T26

**Operador:**

Olá a todos e obrigado por aguardarem. Sejam muito bem-vindos a Divulgação dos Resultados do primeiro trimestre de 2026 da Hapvida.

Estarão presentes os senhores Luccas Adib, CEO, Lucas Garrido, CFO e Vice-Presidente de Finanças e Felipe Nobre, Vice-Presidente de Estratégia, M&A e de Relações com Investidores.

Para aqueles que precisarem de tradução simultânea, que temos essa ferramenta disponível na plataforma. Para acessar, basta clicar no botão Interpretation e escolher a opção em inglês. Este evento está sendo gravado e será disponibilizado no site de RI da companhia, juntamente com o material completo dos resultados. É possível fazer o download da apresentação clicando no ícone de chat. Atenção para os disclaimers que norteiam essa divulgação no final da apresentação.

Durante a primeira parte do evento, todos os participantes estarão com o microfone desabilitado. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, para fazer perguntas, vocês devem clicar no ícone Q&A, na parte inferior da tela e escrever o seu nome, empresa e idioma para entrar na fila.

Agora, passarei a palavra ao CEO, Lucas Adib, que iniciará a apresentação. Luccas, pode prosseguir, por favor.

**Luccas Adib - CEO:**

Olá, pessoal. Bom dia. Obrigado por participarem de mais um evento dos nossos resultados.

Na nossa última conferência, eu fiz agradecimentos. Ao Dr. Cândido, ao Jorge e ao Cândido Júnior, a família controladora da Hapvida, que inclusive agora passou a controlar a empresa de forma majoritária depois de redobram novamente a aposta na companhia, como foi divulgado recentemente.



Neste call, gostaria de começar com alguns agradecimentos também, mas serão breves. Vou começar pelo nosso novo Conselho de Administração eleito, pela confiança depositada em mim para assumir, de maneira definitiva, a posição de presidente da Hapvida na última semana. Encaro essa responsabilidade com honra e humildade e assumo com profundo senso de dever, disciplina e compromisso com a nossa nobre missão, a de levar saúde para mais de 15 milhões de brasileiros e brasileiras que atendemos todos os dias.

Aproveito também para dar as boas-vindas aos novos membros do Conselho, a Tânia, o Eduardo e o Bruno. É uma satisfação contar com conselheiros de trajetórias sólidas e visões complementares, que certamente contribuirão para decisões qualificadas e para o fortalecimento da nossa companhia. Como comentei antes, nossa empresa possui um controle definido e majoritário. E agora o nosso conselho passa a contar com mais membros representantes dos outros quase 50% do capital total, nossos acionistas minoritários. Falo em meu nome e em nome da nova administração. Estamos todos ansiosos para aprender com vocês e contarmos com todas as expertises possíveis nessa bela jornada de transformação que estamos implementando na Hapvida. Sejam todos muito bem-vindos e contem conosco.

Aos nossos antigos conselheiros José Galló e Guga Piani, duas lendas e amigos, a minha gratidão que não pode ser expressa em palavras poucas nesta conferência. Vocês me ensinaram muito, ensinaram a Hapvida e contribuíram muito para o nosso aperfeiçoamento. Espero que continue por perto sempre. Meu muito obrigado em nome de toda a companhia.

Entrando nas principais mensagens dessa conferência, gostaria de iniciar com o tom para 2026, que está bastante claro para todos nós. Consistência e qualidade inegociável em qualquer entrega, austeridade inteligente no uso de recursos e integridade absoluta nas relações com o nosso ecossistema, clientes, prestadores, colaboradores, parceiros e mercado. Precisamos priorizar o que realmente move o resultado e adaptar à execução a realidade de cada mercado e região, especialmente aqueles menos maduros e mais complexos.

Nosso design organizacional precisa comportar uma mudança de abordagem e fluxo. Não estamos vivendo em um estado de guerra absoluta da época de Clausewitz, mas de guerrilha, de insurgência. Estamos perdendo algumas batalhas em regiões menores que, no todo, machucam o nosso resultado. Não adianta ter um exército numeroso, mas de mobilidade complexa, numa batalha de litoral escarpado e acidentado, e já sabemos disso desde as guerras médicas. Para lidarmos com as particularidades locais, precisamos ter uma estratégia de dispersão geográfica maior e reduzir os gargalos decisórios a partir de uma descentralização responsável para a ponta. Descentralização



e autonomia só combinam com senioridade e alta performance. Vou falar um pouco mais disso ao longo dessa ligação.

Nossa operação, apesar de nacional, é impactada por ritos locais importantes na dinâmica competitiva. Entender e aperfeiçoar nosso modelo de gestão vai ajudar a operarmos melhor. Temos exemplos disso para nos apoiar, inclusive de empresas que adquirimos. Vamos começar com alguns experimentos no interior de São Paulo, no Sul e em Minas Gerais. É importante reforçar que seguiremos trabalhando de forma pragmática para retomar e fortalecer a imagem da companhia, revisando nossa proposta de valor, otimizando a operação e buscando conquistar ou, em alguns casos, reconquistar uma maior credibilidade. Isso passa por acelerar uma cultura cada vez mais calcada em dados e apoiada em tecnologia. Temos ativos fortes e pessoas muito capacitadas para fazer isso.

Antes de entrar nos resultados do trimestre, gostaria de compartilhar com vocês os avanços que tivemos no nosso plano de retomada, ainda em termos qualitativos por hora e algumas das iniciativas que estão em execução.

Na perspectiva de governança e pessoas. Fizemos um movimento importante de construção de um time sênior com missões muito claras. São dez novos vice-presidentes. A composição combina continuidade e renovação, preservando lideranças com profundo conhecimento do negócio, da operação e do setor, ao mesmo tempo em que incorpora executivos com competências complementares para o novo ciclo. Isso está em linha com o nosso plano de aumentar a densidade de talentos na companhia transversalmente, com uma série de atividades que serão agora cascadeadas para o N2 e N3.

Ainda nessa frente, o Felipe Araújo, o nosso novo vice-presidente de Recursos Humanos, está redesenhando nossos ritos de gestão para sermos mais leves, bem como uma revisão cultural abrangente com apoio externo. Para já, estamos implementando o seguinte combinado entre todos nós. Primeiro é o papo reto. Sem melindres, colocando a Hapvida em primeira prioridade sempre, consequentemente o nosso beneficiário. Problema bom é problema na mesa. Segundo, é evidências. Que nossa gestão seja baseada em evidências, em dados contextualizados para a melhor tomada de decisão. Opiniões são sempre importantes para construirmos hipóteses. Mas decisões em larga escala precisam ser alicerçadas em dados, e esse é um mantra que vamos martelar aqui todos os dias. Terceiro é o básico bem-feito, que é entregar nossos serviços com excelência obsessiva. Precisamos fazer o simples para o nosso cliente, como ninguém faz no mundo, e tenho convicção que seremos vitoriosos, porque temos todo o ecossistema ao nosso dispor para navegá-lo proativamente. Da operadora a todo o aparato assistencial das nossas quase 850 unidades espalhadas pelo Brasil.



Esse trabalho cultural, somado à federalização da inteligência artificial, com a criação de posições voltadas a construtores de produto ou *product builders* na literatura, que são pessoas de produto com fluência em IA, área por área, vai mudar drasticamente a forma como trabalhamos. As pessoas aqui já estão sentindo isso. Além do Felipe, vou citar outros exemplos hoje, mas vou tratar de cada um dos vice-presidentes e suas missões nas nossas próximas conferências.

Vou começar aqui pelo Nico, que chega para transformar nossa área de experiência do usuário, revendo a jornada ponta a ponta, trazendo um histórico de mais de uma década no Magazine Luiza e outras companhias respeitadas. O Nico será a voz do cliente no C-Level como vice-presidente de clientes. Sua missão é fazer com que NPS, SACs e NIPs deixem de ser sintomas de fricção e se tornem alavancas de melhoria proativa da operação, para controlarmos melhor o cancelamento. Estamos mapeando toda a jornada do usuário, do digital à experiência física, e temos ganhos óbvios de curto prazo, mas outros mais estruturantes. Aqui a toada é que a NIP deve e vai cair ainda mais nos próximos trimestres.

O Daniel Vidotti, nosso CIO, com passagens por grandes empresas de varejo online e larga experiência em transformação digital de empresas com sistemas legados complexos, chega com a missão de modernizar nosso parque legado com foco na experiência do usuário e saneamento do backoffice após muitos anos de integração sistêmica. Também deve criar o alicerce para que o uso de dados e inteligência artificial se torne pervasivo na empresa. A obsessão pelo impacto e metrificação dos projetos de tecnologia são os pontos que compartilhamos desde já e que serão muito cobrados da área de tecnologia. Cada R\$ 1 investido precisa ter um retorno claro. Não adianta você ser o DEV com o maior número de tokens no Cloud Codes se você não for o DEV com o maior impacto gerado para o cliente.

A Fabi Reschke, com profunda experiência jurídica na SulAmérica, na Tim, telefônica, chega para reformular nossa estrutura jurídica. Evoluindo para uma atuação mais analítica, proativa e resolutiva, com foco em reduzir atritos e domesticar a judicialização que ainda tem nos machucados em diversas frentes. Precisamos fazer diferente para esperar resultados diferentes.

Falando do comercial e da operação, eu gostaria de comentar que temos avançado de forma muito diligente na revisão da nossa estratégia comercial, focando na retenção e na reconstrução da nossa dinâmica de vendas. Aqui revisitamos toda a nossa arquitetura de produtos e preços em São Paulo Capital. Simplificamos a nossa grade e promovemos uma revisão estrutural no nosso relacionamento e alinhamento com o canal corretor. Como resultado, já colhemos os principais sinais positivos nesse primeiro trimestre.



Nosso segmento de varejo na RMSP, nos últimos dois meses, registrou o melhor net adds desde a fusão. Ainda é cedo para comemorar, mas é claro que isso nos anima. Agora, o nosso objetivo é escalar essa virada. Estamos revisando ativamente a nossa abordagem no canal corporativo e já começamos a replicar o modelo tático do varejo da RMSP para outras regiões, que envolvem o sul do Brasil, interior de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Vamos fazer isso em todas as nossas praças. Inclusive temos oportunidades claras no Norte e Nordeste que já estão mais maduras. Estamos criando um modelo para acompanhar a dinâmica praça a praça de onde surgirão alertas para atuarmos em tempo real com as heads locais de forma mais ágil. Essa redução do nosso tempo de resposta vai nos deixar mais bem posicionados.

Em relação à operação. Iniciamos um escrutínio profundo das nossas unidades, guiado pelos nossos melhores benchmarks internos. Estamos rebalanceando o mix de especialidades ofertado na nossa rede própria, garantindo que a alocação médica seja ancorada numa visão quantitativa e rentável, capaz de suportar um atendimento de excelência onde ele é mais demandado. Já estamos vendo melhorias de percepção em algumas regiões, aliada à redução de custos, que é o melhor dos mundos. Estamos matematizando algumas frentes. Vamos fazer isso em quase todas as áreas que dependam de uma visão quantitativa. Estamos trazendo matemáticos para o time e será cada vez mais comum que cada vice-presidente tenha de lidar com seu respectivo analista quantitativo e construtor de produtos nas próximas etapas da companhia. Particularmente, eu acredito muito nisso tudo. Uma simbiose entre experiência do setor, abordagem quantitativa e federalização tecnológica com governo e responsabilidade, mirando o básico bem-feito.

Também adotamos uma postura mais pragmática quanto à nossa matriz de custo. Estamos revisando práticas históricas que têm gerado algum peso financeiro desproporcional em relação ao valor efetivamente percebido pelo beneficiário. Isso inclui a flexibilização de algumas metas operacionais rígidas, e a racionalização do uso da telemedicina, apenas para citar um exemplo. A nossa lógica é muito clara. Vamos eliminar ineficiências de alto custo para proteger as nossas margens e reinvestir parte dessa economia na operação. Aqui é um teste rotineiro para ver quanto R\$ 1 gera de bônus de NPS e mirar onde tem o maior impacto. Já iniciamos alguns desses testes.

No ambiente de controles e alocação de capital, estamos promovendo uma revisão ainda inicial da nossa presença geográfica e de todo o portfólio de ativos. Reforço aqui, não há temas pétreos na organização. Nosso escrutínio tem um objetivo muito claro, otimizar a alocação com foco no retorno sobre o capital investido, simplificar a operação sem apegos e acelerar a desalavancagem da companhia, mesmo que não tenhamos uma pressão de liquidez no curto prazo. Isso pode significar vender algumas operações e



fechar outras, ainda que temporariamente. Esse trabalho parece simples, mas é complexo e eu vou explicar brevemente o que estamos fazendo.

Região por região, passamos a plotar de forma cartesiana o spread entre rede própria, rede credenciada, avaliação do SUS, mercado endereçável, localidade dos nossos beneficiários, localidade da nossa rede, perfil de utilização e regime de competição. Isso com um modelo para micro-regiões, meso- e macro-regiões, que também deve levar em conta o deslocamento pendular do beneficiário dentro da geografia urbana. Esse é um dos trabalhos que o Felipe Nobre está capitaneando na frente de estratégia.

Em algumas regiões, vamos credenciar mais que verticalizar, pelo simples motivo de que faz mais sentido para aquela região ou momento, especialmente para tickets mais altos. Em outras, vamos fechar unidades próximas com a junção de unidades de diagnóstico e clínica, por exemplo, mudando a composição do mix de atendimentos. Em outras, vamos construir pronto-atendimentos e credenciar a retaguarda. Em outras tantas, vamos verticalizar mais e por aí vai. Cada região e canal terá um design específico. Só não vamos ficar mexendo naquilo que está dando muito certo.

Reforço também que seguimos acreditando e os dados mostram que, regra geral, o caminho sempre será a verticalização. Só precisamos levar em conta as questões locais e de produto em um momento de custo de capital altíssimo no Brasil.

Nessa visão regionalizada que mencionei antes, estamos discutindo também uma possível nova arquitetura de marca, que manteremos vocês informados assim que as decisões forem tomadas. Estamos contando com os melhores especialistas do país neste tema. Podemos ter novidades nesse aspecto, para além de já termos pacificado o lançamento, em breve, da Notre Dame Saúde como nossa marca premium em São Paulo e Rio de Janeiro, inicialmente.

Antes de entrar nos números, vale dizer que esse foi um trimestre limpo, sem efeitos não recorrentes materiais no resultado, o que nos permite ler a dinâmica operacional com maior clareza. Eu vou tocar em três temas centrais para depois detalhar mais o resultado.

O primeiro deles é Vidas. Registramos perdas líquidas de 44.500 beneficiários no trimestre, concentradas principalmente no estado de São Paulo. Ainda que longe do nosso potencial, é uma melhora quando comparamos com o trimestre anterior e com o 1T25. As vendas brutas apresentaram um bom avanço, que pode ser explicado também pelos esforços que mencionei há pouco. Por outro lado, os cancelamentos seguem elevados. Reduzir o cancelamento é um dos principais focos da companhia nesse momento, envolvendo diversas áreas. Do lado comercial, o novo portfólio, adaptado a cada região, tem tornado e tornará a nossa proposta de valor mais competitiva, a fim de também facilitar a retenção praça a praça.



Já a revisão da jornada do beneficiário, combinado com melhorias dos nossos sistemas e processos assistenciais, vai nos permitir mitigar fricções e aumentar a qualidade percebida. Vale mencionar perdas líquidas menores nos canais corporativos e PME nas regiões sul, especialmente na região metropolitana de São Paulo. As regiões Centro-Oeste e Rio de Janeiro apresentaram desempenho positivo, com crescimento de quase 34 mil vidas no segmento corporativo. E quanto ao Norte e Nordeste, o desempenho está em linha com a sazonalidade típica do período, sem mudanças perceptíveis no ambiente competitivo ou movimentos atípicos de concorrentes.

Sabemos que o tema de vidas ainda não está estabilizado e seguimos trabalhando em alavancas adicionais que estão em fase de desenvolvimento, como mencionei. Seguimos avançando com uma leitura mais granular da nossa operação e uma lógica de praça a praça e contrato a contrato, que tem nos permitido enxergar com mais nitidez onde estamos gerando valor e onde ainda há descompasso entre produto, canal e proposta. É um trabalho em curso que deve naturalmente nos levar a uma postura mais seletiva em alguns segmentos e mais competitiva em outros, sempre orientada por uma visão econômica disciplinada, priorizando receita e margem a adições líquidas de qualquer forma. Retomaremos esse tema com mais profundidade ao longo do ano. O segundo assunto que eu queria cobrir é a sinistralidade. E aqui eu destaco três itens principais.

O primeiro, o carregamento de contas médicas originado no 3T25, decorrente dos volumes elevados de utilização naquele período e que pressionou negativamente o 4T25, isso não se repetiu no 1T26. Esse efeito foi normalizado em função de um mês de dezembro com níveis de utilização sazonalmente típicos. Segundo, conforme já havia sinalizado, janeiro e fevereiro apresentaram utilização aliada ao padrão sazonal, o que contribuiu para o desempenho do trimestre. O terceiro ponto é prospectivo, e gosto de ser muito transparente com vocês. O que contribuiu?

Março trouxe uma frequência acima do padrão histórico. Abril melhorou sequencialmente, mas a leitura é limitada pela base elevada de março e pelos feriados. Teremos uma maior visibilidade ao longo do trimestre, mas seguimos atuando do nosso lado, buscando otimizações que tragam controle de custo sem impactar a experiência do beneficiário. Ficamos animados com o primeiro trimestre, mas seguimos cautelosos e com o pé no chão para o 2T26.

Por fim, último tema, se refere ao caixa. Esse foi um trimestre de geração de caixa importante depois de dois trimestres mais fracos. Registramos geração de caixa líquido de R\$ 478 milhões com conversão de EBITDA em caixa operacional de 81%. No trimestre, houve um desembolso de cerca de R\$ 200 milhões referente ao pagamento final de uma obrigação de 2014, dada no contexto da fusão e sem a devida provisão, que ajustamos no ano passado e que agora se encerra definitivamente. Me refiro aqui à arbitragem do glorioso doutor Paulo Barbanti.



Não fosse esse pagamento, teríamos reduzido nossa dívida líquida no trimestre perto dessa magnitude, conforme o Lucas vai detalhar. Tivemos também um IR e um CAPEX controlado, que deve orbitar em R\$ 700 milhões para o ano, que contribuíram para o fluxo de caixa livre da companhia.

Por fim, realizamos o resgate de cerca de R\$ 1,4 bilhão, que estava como caixa vinculado junto à ONS. Esse montante passa, agora, a compor integralmente o nosso caixa livre. O Lucas vai detalhar o resultado, mas antes disso quero apresentar ele e o Felipe Nobre, pessoas com quem vocês lidarão intensamente a partir de hoje.

No fim do ano, cheguei a ter 42 reports diretos. Então, quando fui desenhar o novo organograma, resolvi quebrar o meu antigo escopo em algumas cadeiras, ainda mais considerando o momento de transformação da companhia. A primeira delas de CFO ficou mais encorpada, com precificação atuária, backoffice e um viés quantitativo e analítico mais forte, com a atuação do CFO junto ao comercial e a operação para além de entender e reportar os números, mas como parceiro de todos os temas estratégicos da companhia com trânsito no P&L. Essa foi assumida pelo Lucas.

A outra é a cadeira de estratégia, RI, transformação e M&A, e M&A a gente sabe que é só sell-side por um bom tempo, essa ficou com o Felipe. E as cadeiras de tecnologia que ficaram com o Vidotti como CIO e o Lucas Santos como CTO reportando para o Vidotti. O Lucas Garrido tem me ajudado particularmente desde o fim de 2024, quando começamos a desenhar um projeto juntos que na época não foi para frente, mas agora no 3T, ele e a boa turma do BCG se juntaram para nos ajudar com o redesenho da nossa estratégia comercial, já conhece a companhia e entra jogando. Tem minha total confiança para ser o meu sucessor e será um CFO muito melhor do que eu fui para a companhia, tenho certeza disso.

O Felipe Nobre boa parte de vocês já conhece e dispensa grandes apresentações. Felipe foi uma das pessoas que mais me ensinou e me ajudou mesmo de fora da companhia nesses anos. Essa dobradinha vai dar muito certo e é uma honra para mim ter vocês aqui e desejo que vocês sejam felizes como eu fui nessas posições e que também sejam mais bem-sucedidos e com menos turbulência do que passei.

Por fim, quero fazer um agradecimento final ao Guilherme Nahuz, nosso RI, o cara que me ajuda em todos os discursos, mas que não estava sabendo dessa parte. Guilherme vai ser o pedigree da VP de Finanças na operação, ajudando a querida Cidéria nos temas de gestão, visão financeira, planos de ação e abordagem analítica. Um desafio novo para ele que eu tenho certeza de que ele vai tirar de letra. Guilherme, quase ninguém imagina a complexidade do que você viveu nos últimos anos. Ser RI é muitas vezes explicar o inexplicável, conciliar múltiplas visões e agradar gregos e troianos. Agradeço por ter tido paciência para me ensinar tanto e ter sido esse parceiro leal. Continuaremos nossa parceria só de forma diferente agora. Faço esse agradecimento na sua figura, mas lembro



aqui de muitas pessoas importantes para a companhia que agora ou estão mudando de posição ou escopo ou vão nos deixar. Muito obrigado a todos vocês.

Passo a palavra agora aqui ao nosso novo CFO, o Lucas, que irá detalhar os resultados. Muito obrigado.

### **Lucas Garrido- CFO:**

Obrigado, Luccas. É uma honra para mim participar desse momento e contribuir para um projeto com um propósito tão concreto como o da Hapvida. Eu assumo esse compromisso de entregar o meu melhor com muita animação e muito otimismo. Essa companhia tem de fato, um caminho importante aqui para ser percorrido.

Passando agora aos mais destaques do resultado, slide 4, receita líquida, a receita líquida totalizou R\$ 7,9 bi no tri, R\$ 22 milhões abaixo do 4T25. A variação aconteceu principalmente pela perda de 140 mil vidas no 4T25, cujo impacto se refletiu integralmente no 1T26, sendo parcialmente compensada pelo aumento do ticket médio. No canto superior direito, o ticket médio avançou 7,3% em relação ao 1T25. Este movimento reflete os esforços de repasse de preço e manutenção dos contratos existentes. Contribuíram com 8,3%, parcialmente neutralizados pelo efeito mix entre entradas e saídas, responsável por menos 1%, com redução do gap entre venda a multa e cancelamentos.

Repassamos 10,5% de reajuste composto, sendo 12% nas regiões mais maduras e 9% nas demais regiões. Cabe lembrar que o reajuste composto é a variação da receita nominal desses contratos após o repasse em relação à sua posição no mês anterior. E não em relação à posição do ano anterior. Na parte inferior do slide, as movimentações líquidas por região e carteira já comentadas pelo Luccas. Então não vou me detalhar tanto aqui na tabela, podemos tirar dúvidas durante a sessão de Q&A.

O slide 5, sinistralidade. Aqui o Luccas já cobriu os principais vetores do trimestre e as dinâmicas intra-mês que afetam o trimestre corrente. Vale aproveitar para antecipar um potencial questionamento quanto a PEONA, que foi mais elevada nesse trimestre para refletir o aumento de custo do segundo semestre de 2025.

Slide 6, despesas administrativas caixa, líquidas de depreciação e amortização de despesas de plano de remuneração baseada em ações. No quadro superior, a despesa administrativa caixa, excluindo os efeitos pontuais dos dois trimestres, ficou praticamente estável na comparação sequencial, ainda que com movimentações entre linhas. Tivemos o aumento esperado de aproximadamente R\$ 23 milhões em pessoal, com o retorno da provisão de remuneração variável, zerado em 2025 pelo não atingimento de metas. Esse aumento foi parcialmente compensado por menor necessidade de provisões cíveis, da ordem de 10 milhões, e por uma redução de quase 8 milhões em multas ANS, em linha com a queda de NIP's que vimos, reportamos e esperamos seguir cedendo.



No contexto da judicialização, a despesa com contingência de tributos ficou em 3,6% da receita líquida, em linha com o trimestre anterior, antes dos efeitos pontuais e de requalificação do serviço judicial para o custo. Já os novos bloqueios líquidos somaram R\$ 224 milhões, R\$ 37 milhões acima do TRI anterior, refletindo uma piora do cenário em função do maior número de liminares recebidas pela companhia no período. Esse é um tema sob nova avaliação. As ferramentas que vínhamos utilizando não têm se mostrado suficientemente eficazes e estamos adotando uma nova abordagem.

Slide 7, o EBITDA ajustado. Atingiu R\$ 803 milhões no 1T26, beneficiados principalmente pela redução de sinistralidade. Excluindo os eventos pontuais do 4T25 e do 1T26, o crescimento sequencial do EBITDA teria sido de 42%. O lucro líquido ajustado fechou em 244 milhões, reflexo dos fatores já mencionados anteriormente.

Slide 8. Destacamos a expressiva redução sequencial do CAPEX de 419 milhões no 4T25, para R\$ 190 milhões no 1T26. O valor ainda carrega a finalização de projetos em andamento e tem sazonalidade mais forte no 1T, em preparação à temporada de viroses. Reiteramos, portanto, a expectativa de CAPEX de até R\$ 700 milhões por ano, sem aberturas relevantes de unidades previstas para os próximos meses.

Na parte inferior do slide, a dívida líquida recuou de R\$ 5.183 para R\$ 5.165, redução nominal de R\$ 18 milhões. Mesmo após o pagamento final ao vendedor da NDI de R\$ 200 milhões, ajuste de M&A de R\$ 10 milhões e o recebimento de R\$ 42 milhões pela venda do Hospital Nova Serrana. Excluindo esses efeitos, que foram pontuais, a redução teria sido de R\$ 187 milhões. A alavancagem subiu para 1,38 vezes EBITDA, impactada pelos eventos mencionados e pela redução do EBITDA *last 12 months*.

Para encerrar, quero reforçar nosso pacto com vocês, nossos acionistas. A Hapvida de 2026 é uma empresa madura, voltada para a execução clínica e operacional de excelência. Sabemos dos desafios de curto prazo, mas nossa bússola é o retorno sobre o capital, a margem estrutural e, acima de tudo, o acesso qualificado à saúde. Temos um balanço sólido, a escala necessária e a equipe e a disciplina para entregar resultados tangíveis.

Obrigado pela confiança.

Agora vamos às perguntas e obrigado!



**Operador:**

Agora, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar o seu microfone aparecerá na tela. E, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas. Solicitamos, por gentileza, que façam, no máximo, duas perguntas por pessoa e que sejam feitas todas de uma única vez.

Vamos à nossa primeira pergunta é do Vinicius Figueiredo, do Itaú BBA. Vinicius, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Vinicius, pode prosseguir, por favor.

**Vinicius Figueiredo – Itaú BBA:**

Olá, pessoal obrigado por pegar a minha pergunta. Eu queria explorar um pouquinho sobre a agenda comercial acho que o Luccas falou bastante sobre isso na introdução mas tem algo que conversando com o investidor eu sempre percebo que uma preocupação que quando vocês estão falando sobre esse reposicionamento da grade de produtos, onde você tem um relacionamento mais próximo com o corretor, mas você acaba também tendo uma maior comparabilidade de serviços oferecidos frente à competição e também algum reposicionamento, alguma calibragem que você tem que ter dentro do produto para ele também se acomodar na realidade do preço do setor.

É como que a gente deveria imaginar essas duas coisas conversando com a tendência de rentabilidade dos produtos na rentabilidade dos contratos e até se a gente pudesse explorar um pouco se é isso daqui ele poderia ser compensado por porque você está crescendo um pouquinho mais no PME onde você deveria ter uma margem um pouquinho melhor. Se isso seria já o suficiente esse efeito mix com o PME ganhando mais participação, se eles teriam suficiente para acabar equalizando.

E aí, o segundo ponto que eu queria explorar é em relação à frequência. Acho que olhando ao longo dos últimos trimestres, a gente tinha até aquele gráfico que vocês mostravam sobre exame per capita, consulta per capita, e acho que no terceiro trimestre, muito provavelmente no quarto trimestre, a gente viu um certo pico. Vocês podem explorar um pouco de como que isso se comportou no começo do ano e se essa moderação que a gente viu olhando o primeiro trimestre foi mais fatores internos ou externos.

É isso, muito obrigado.

**Luccas Adib - CEO:**

Olá, Vinicius, tudo bem? É o Luccas Adib falando aqui. Eu vou passar essa resposta para o Lucas Garrido, CFO. Porque ele estava liderando esse trabalho aqui pelo BCG,



então conhece com bastante granularidade os assuntos aqui do ambiente comercial. Vou passar para ele, antes de se juntar a nós naturalmente, então vou passar para ele a resposta aqui.

**Lucas Garrido - CFO:**

Ô Vinicius, obrigado pela pergunta. Eu acho que, primeiro a sua primeira pergunta, acho que você já cobriu um pouco da explicação durante a própria pergunta.

Então, existe uma variação de margem importante entre os diferentes canais da empresa, seja varejo, PME, até os canais corporativos que naturalmente dão escala e volume para a companhia e tem um perfil diferente de margem de individual, varejo e PME. Então esses ajustes de preço e produto por praça houveram ajustes no sentido de deixar o produto mais competitivo em algumas praças específicas em São Paulo principalmente, mas eles são ainda positivos no agregado para a companhia dado que eles são produtos que eles têm estruturalmente margens mais altas que outros canais. Então no final das contas o mesmo com um ajuste de preço para ficar mais competitivo você deveria ter um impacto net positivo para o EBITDA e para o botton line da companhia.

Todos os ajustes que a gente está fazendo aqui e olhando para frente, eles são todos muito galgados em não apenas expectativa de crescimento e volume, todos os ajustes e recomendações e implementações que a gente tem feito aqui nos últimos meses e olhando para frente, eles são muito galgados em crescer com uma rentabilidade que faça sentido para a empresa. Então, essa componente de ter muito cuidado em que margem a gente está *targeting* em cada canal específico, ela está sendo bem olhada aqui no detalhe.

Tem outro ponto também dessa pergunta que é muito desses produtos que a gente acabou ajustando o preço eram produtos que a gente estava vendendo praticamente zero dado a nossa descalibragem de preço e algum ajuste de rede que a gente também fez alguns produtos versus a competição. Então também zero vezes qualquer margem é zero no final das contas. Então esse ajuste por mais que ele tenha sido na linha de nos deixar mais próximos da competição de novo pensando em reais absolutos, eles vão ser acquitted para margem olhando pra frente, tá? Então, acho que cobrindo aqui a primeira pergunta, depois se ficar alguma dúvida eu posso cobrir algum follow-up.

Com relação à sinistralidade do primeiro trimestre, a gente teve um trimestre que na média veio, como a gente reportou ali no release, só que ele foi um trimestre de duas metades, tá? Então, o primeiro trimestre começou em janeiro e fevereiro com uma sinistralidade que, por conta do carregamento de 2025, bem como uma sazonalidade mais benéfica em janeiro e fevereiro ele veio muito tranquilo em janeiro e fevereiro. Muito tranquilo uma palavra forte, mas veio bem no início do trimestre. Março ele deu uma



subida, mas aí a gente já viu que abril já voltou alguma normalização frente a março. Então ainda está no início do tri. Acho que é difícil a gente fazer qualquer tipo de projeção com relação à sinistralidade para o trimestre específico. Mas a gente pelo menos aqui, com a visão que a gente tem, a gente conseguiu dar aqui a melhor, a nossa melhor estimativa aqui para vocês durante o call.

**Vinicius Figueiredo – Itaú BBA:**

Perfeito. Nossa, supercompleto. Obrigado.

**Operadora:**

Vamos à nossa próxima pergunta. É do Leandro Bastos, do Citi. Leandro, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Leandro, pode prosseguir, por favor.

**Leandro Bastos – Citi:**

Oi, pessoal, obrigado. São duas perguntas aqui do nosso lado também. Primeiro eu queria explorar um pouquinho o ticket. A gente vê aqui no ticket médio da companhia dois vetores diferentes. O individual acelerando bastante aqui, pelo menos aqui numa figura sequencial, a precificação e o corporativo andando um pouco mais de lado, tendo que tem várias Moving Piece aqui entre mix, tabela, etc. Se vocês puderem explicar um pouco essas dinâmicas e até um pouco o que dá para a gente esperar para frente na parte de precificação, inclusive falando por canal, acho que seria um comentário interessante. Essa é a primeira pergunta.

A segunda, voltando aqui em judicialização, a gente viu a aceleração dos novos bloqueios. E aqui, durante a apresentação, acho que vocês comentaram algo sobre nova abordagem ali, que acho que o número de liminares ainda segue elevados. Era mais para entender, um pouco, se vocês puderem atualizar um pouco a situação desse fluxo de novas liminares e um pouco o que é que tem sido feito para eventualmente endereçar, até se dá para ter algum tipo de ancoragem ou perspectiva de judicialização para frente. Acho que são esses dois pontos. Obrigado.

**Lucas Garrido - CFO:**

Aqui é o Lucas Garrido de novo. Obrigado pela pergunta. Eu vou responder sua primeira pergunta e o Adib vai responder a sua segunda pergunta.

Com relação ao ticket médio, em linha com o que eu comentei na primeira pergunta, a decisão de precipitação do ticket médio por canal e por região é feita de maneira bastante granular e cada vez vai ser mais feita de maneira bastante granular levando em conta o a competição a nossa presença na praça os competidores. Então essa existe um diálogo importante na história como um todo. Então a nossa expectativa é que a gente continue



passando o preço no ticket médio individual em linha com o que a gente vem passando historicamente.

E aí no corporativo que é um que o ticket ficou mais de lado a gente tem movimentos e reflexos multivetoriais de clientes, canais, produtos, etc. Então ali, no final das contas, de novo aqui a discussão ela é muito específica praça a praça, canal a canal, mas a competição tem sido mais forte no corporativo, ele é um canal que de fato ele traz mais volume do que os canais de varejo e o canal individual. Então de fato, ali a gente tem um nível de competição maior que não deveria resultar em grandes aumentos de tickets going forward.

**Luccas Adib - CEO:**

Fala, Leandro, tudo bem? É o Luccas Adib aqui falando. Vou responder a sua segunda pergunta. Aqui a gente se divide de uma forma muito simples. O Lucas Garrido responde as fáceis e eu respondo as mais difíceis aqui.

Então eu vou comentar com você. O que a gente tem visto aqui? Houve uma piora no cenário aqui? Um número maior de liminares que a gente sofreu nesse último trimestre? E a gente tem implementado algumas análises diferentes que a gente estava fazendo no passado para poder entender pontos ótimos aqui nessa história toda. Eu vou dar alguns exemplos que a gente tem intensificado mais agora e outras que ainda a gente não implementou, mas a gente espera implementar olhando para frente.

A primeira delas é um trabalho, começando aqui, um trabalho um pouco mais estruturante, que é um relacionamento maior com os órgãos constituídos aqui e uma busca por uma conscientização a respeito da judicialização da saúde em relação ao que foi decidido pelo STF na DI recente sobre o hall, temas que a gente já vem comentando com você já tem um tempo.

Tem um trabalho grande aqui que a Fabi chegou inclusive já com muitas ideias interessantes, novas teses, novos escritórios que têm nos ajudado, um nível de automação bacana na discussão de subsídios dentro do ambiente judicial, que é uma padronização e uma sofisticação maior da forma como a gente lidava com esses temas. Tem algumas novidades que a gente pode contar ao longo desse ano, que a gente espera modificar nessa esteira, mas estamos mudando bastante aqui a forma como a gente atuava nas defesas judiciais e também administrativas relacionadas ao assunto.

Na frente de fidelização, a gente tem trocado também aqui o time, a gente tem um time novo na frente de fidelização que é um trabalho de melhoria do nosso relacionamento com os médicos, tanto a fidelização do médico que está na nossa rede própria quanto a



fidelização do médico da rede terceira, o Bruno Pinto vem para cá para somar nessa frente e tem uma série de projetos que também estão sendo desenhados e reestruturados nesse ambiente para a gente poder controlar melhor isso na ponta.

E, por fim, a gente tem embarcado um nível de análise quantitativa de interpretação dos pontos ópticos estatísticos aqui desse movimento. Tem algumas coisas que a gente ainda não mexeu, outras que a gente está preste a mexer. Enfim, a gente tem um blend novo aqui de temas que estão sendo tratados para a gente poder ter uma abordagem diferente, esperando resultados diferentes. Então, acho que sim, ele teve uma piora nesse trimestre aqui, quando a gente olha a sequencial. O tema segue ainda árido, a gente estava passando por alguns desafios nesse assunto, mas temos muitas iniciativas em curso que a gente espera controlar isso melhor olhando para frente, mas sim ainda tem machucado.

**Leandro Bastos – Citi:**

Tá ótimo pessoal, obrigado. Boa tarde.

**Operadora:**

A nossa próxima pergunta. É do Joseph Giordano, do JPM. Joseph, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Joseph, pode prosseguir, por favor.

**Joseph Giordano – JPM:**

Olá, bom dia a todos. Bom dia, Luccas, Lucas e Felipe, obrigado pela minha pergunta. Eu queria explorar dois pontos.

Primeiro, na vertente comercial e crescimento, a gente tem uma área nova mais focada em PPO. Então, eu queria explorar como é que vocês talvez já tenham mudado e estruturado essa área. Incluindo aqui, né, trabalhar mais próximo do canal de corretores.

E a segunda vai um pouco na estrutura de despesa. O Luccas comentou na abertura que vocês estão um pouquinho mais pragmáticos com relação a serviço hospital próprio, serviço hospital de terceiro. Então, eu queria explorar primeiro como é que vocês têm visto a diferença de custo de servir. E o segundo, talvez aqui, como a gente deveria pensar talvez para frente a expansão de capacidade, tendo em vista o que vocês já aprenderam até agora. Obrigado.

**Lucas Garrido - CEO:**

Joseph, você pode, por favor, repetir a primeira pergunta que cortou aqui a ligação, por favor?

**Joseph Giordano – JPM:**

Seria sobre a estratégia nova de PPO, né? Vocês têm uma pessoa de 100% dedicada para isso, então o que que já mudou do ponto de estratégia? Como é que vocês estão trabalhando o produto com a rede de corretores, etc? Essa é a primeira pergunta.



**Luccas Adib - CEO:**

Joseph, o Luccas Adib falando aqui. A visão que a gente tem aqui para o PPO é que ele tem que ser muito sinérgico com a nossa operação. Ele ainda gera, é um produto que ele é rentável para a companhia, ele tem uma capacidade de penetração asset light, as operadoras majoritariamente ganham dinheiro com esse produto. E a gente não estava com foco de ter um destaque dentro da companhia para uma gestão que pudesse direcionar canalidade, produto, região, referência, rede de referência para que a gente pudesse alavancar esse produto. É um produto que vinha perdendo vidas sequencialmente ao longo dos últimos 3, 4 anos desde a fusão. E a gente está pensando em uma abordagem diferente aqui, uma abordagem light, como eu comentei. Iniciando com uma rede de referência grande nessas duas principais cidades, para que a gente consiga canalizar os nossos clientes para essas redes de referência, buscando tabelas de negociação muito boas. Isso deve ser feito em São Paulo, Rio de Janeiro, mas em outras regiões do país também.

E a gente espera que isso gere uma dinamicidade aqui, tanto no ticket quanto na venda bruta, quanto na nossa capacidade de retenção da carteira PPO legada que a gente tem aqui, que está perto das 300, 350 mil vidas. Então a ideia é essa, a ideia é que ele seja sinérgico ao HMO, mas não só, que ele consiga ter voos paralelos aqui com o direcional claro da companhia em praças em que a gente está atuando. Então não estamos perdendo o nosso foco, não passamos a ser uma companhia essencialmente orientada aos planos premium, mas a gente tem que desperfilar a forma como a gente trabalha esse ativo e tem muita oportunidade bacana aqui para a gente poder atuar nessa frente.

Com relação à sua segunda pergunta, Joseph, acho que começando aqui pela discussão de custo de servir, a gente está perseguindo e vê uma série de oportunidades de melhoria em custo de servir aqui em nosso estado, sempre aqui com a visão de balanço com a experiência do beneficiário. Então não adianta cortar o custo e penalizar a experiência do beneficiário, ainda assim a gente vê que, vou citar algumas aqui, a gente ajustar os mix de especialidades por clínica, a gente fazer um ajuste aqui de rede própria de clínica que a gente já está começando a fazer uma revisão aqui importante dado o nível de ocupação das clínicas específicas e mesmo questões mais de protocolos e de atendimento ao cliente em que a gente enxerga que existe potencial de redução com baixíssimo impacto na percepção de qualidade pelo cliente ou sem impacto e parte do qual a gente vai ou reinvestir para melhorar o NPS e a qualidade e ganhar mais vidas ou parte a gente vai capturar em margem.

E aí com relação a sua pergunta de rede credenciada a gente de fato consegue dependendo da praça dependendo da capacidade ociosa disponível você consegue incorporar na sua oferta e aí de novo aqui acho que tudo depende muito da praça.



Obviamente em praças que a gente tem um nível de verticalização altíssimo, as mais maduras. Muitas das vezes, faz sentido a gente continuar num movimento de verticalização. Em praças em que a gente tem um aparato próprio, mas você tem capacidade ociosa de terceiros que podem ser alavancadas. A gente tem conseguido, até dada a nossa escala, fazer adições aqui que deixam o nosso produto mais competitivo com preço que ainda faz bastante sentido e cabe aqui no nosso ticket.

**Joseph Giordano – JPM:**

Perfeito, muito obrigado.

**Operadora:**

Vamos à nossa próxima pergunta. É do Flávio Yoshida, do BofA. Flávio, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Flávio, pode prosseguir, por favor.

**Flávio Yoshida – BofA:**

Olá, boa tarde a todos. Obrigado pela oportunidade de fazer perguntas. A gente tem duas aqui do nosso lado.

A primeira, Luccas, você comentou com relação a M&A's. Teve o anúncio, a intenção de venda durante o trimestre, queria entender como é que estão as conversas para eventuais desinvestimentos, se vocês conseguiram mapear um número interessante de interessados para comprar, se acham que conseguem vender no *valuation* que gostariam e até se pensam em vender algo mais relevante.

E a minha outra pergunta é um pouco mais específica com relação a multas da ANS. A gente vê que ela permanece em um patamar elevado, acho que melhorou um pouquinho com relação ao quarto trimestre do ano passado, mas ainda em um nível muito superior ao do ano passado. Então, eu queria entender aqui o que a gente poderia esperar para frente. São essas duas minhas perguntas. Obrigado.

**Luccas Adib - CEO:**

Oi, Yoshida, tudo bem? O Luccas Adib falando aqui. A gente tá sem câmera, só pra deixar claro, a gente tá em Nova York, na conferência do Itaú aqui, então por isso que a gente ficou sem câmera dessa vez, tá?

Começando aqui sobre a questão de multas ANS, acho que a gente precisa lembrar que existe uma latência entre a NIP efetivamente sofrida no seu respectivo alto de infração e, conseqüentemente, os valores que passam no resultado. Isso tem uma latência de 18 meses aqui. Então, o que a gente está passando agora, ele é relativo a 18 meses para trás, momento em que a NIP era muito mais alta que ela é agora. Nossa NIP cai 40% ano contra ano. O que a gente espera é que, naturalmente, o montante que eu tenho, que passa no resultado da companhia relativo a essas multas, ele caia numa proporção



parecida olhando para frente. Então, acho que o primeiro ponto aqui é a gente lembrar que existe uma latência entre a NIP e o efetivo, o prazo, o período no qual eu passo isso no resultado na competência adequada. O que a gente está sofrendo aqui, portanto, é relativo a algo há dois anos, um ano e meio atrás, que a NIP era muito mais alta. Então, existe uma perspectiva e existe um compromisso interno nosso de derrubar a NIP ainda mais do que ela está hoje.

O segundo ponto sobre o que você comentou aqui da alocação de capital, a forma como a gente está olhando. A companhia segue aqui numa jornada importante de simplificação da operação. Então a gente vendeu hospitais em algumas regiões, como já foi anunciado para vocês. A gente está redesenhando aqui o nosso portfólio, olhando a redução de portfólio de vidas que a gente teve em algumas regiões. Então é possível que a gente feche unidades em algumas dessas cidades. É uma análise aqui muito casuística que a gente faz de simplificação da operação mirando a alocação ótima de custo e uma desalavancagem acentuada da companhia, que o custo de capital está muito alto e seria ótimo que a gente conseguisse desalavancar a companhia numa velocidade maior do que uma desalavancagem orgânica.

Então a gente segue aqui analisando, acho que esse é um tema que o Nobre pode comentar aqui um pouquinho mais, mas a gente segue analisando as oportunidades. E quando a gente tiver as informações maduras para serem divulgadas ao mercado, até por questões regulatórias, a gente vai mantê-los informados sobre isso, mas sim, seguimos aqui com muito foco na simplificação da operação e num horizonte aqui de desalavancagem da companhia como um dos principais motes de curto prazo da empresa. Vou passar aqui para o Nobre para ele comentar aqui se eu não cobri todo o tema. Fica à vontade, Nobre.

**Felipe Nobre- Vice-Presidente de Estratégia, M&A:**

Oi, Yoshida. Felipe Nobre aqui. Acho que o Luccas cobriu bem o tema. Isso é algo que corre em paralelo. Mesmo nós não temos nenhuma pressão de liquidez aqui no nosso balanço, a gente está muito diligentemente reavaliando tanto o nosso plano de CAPEX quanto o nosso portfólio de ativos de uma forma bastante completa. Não é só uma ótica de suficiência de rede, mas como o próprio Garrido comentou, também avaliando oportunidades de com pouca rede credenciada, de requalificar nossa base de contratos em uma determinada praça, e ela vai desde a ótica de um ativo específico até potencialmente uma região como um todo, obviamente começando com aquelas que são menos sinérgicas com a operação completa. Mas isso é algo em evolução, e tão logo a gente tenha algum material para comunicar, a gente volta aí com vocês.



**Flávio Yoshida – BofA:**

Ótimo. Obrigado, pessoal.

**Operadora:**

A nossa próxima pergunta é do Eduardo Resende, do UBS. Eduardo, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Eduardo, pode prosseguir, por favor.

**Eduardo Resende- UBS:**

Boa tarde, pessoal. Obrigado pela oportunidade aqui. São duas do meu lado também.

A primeira pergunta do colega sobre sinistralidade. Vocês mencionaram aqui uma certa cautela para o segundo trimestre, para o ano. Eu queria pegar um pouco da visão da companhia aqui, se tem algum outro ponto de atenção que a companhia vem monitorando, se é somente a questão de utilização ou se há um eventual aumento de complexidade também.

E a outra pergunta também relacionada com a primeira é que, de modo geral, outros players também vêm comentando essa visão um pouco mais cautelosa de sinistralidade para o ano. Eu queria pegar um pouco da visão do que vocês têm visto na ponta de dinâmica competitiva, se essa dinâmica já apresenta algum sinal de melhora comparado ao que a gente tem visto desde o segundo semestre do ano passado, ou se continua na mesma atuada. Seria isso do meu lado, pessoal. Obrigado.

**Luccas Adib - CFO:**

Eduardo, é um prazer. Obrigado pela tua pergunta. A gente não se conhece pessoalmente ainda. Vai ser um prazer te conhecer em breve.

Primeira pergunta que você fez sobre o MLR. Não, não estamos vendo uma mudança no mix de procedimentos e não tem nada além da questão da frequência. Quando a gente olha pra frente, a gente está sendo cauteloso aqui. O mês de março foi um mês muito longo, que teve uma pressão natural aqui por conta de uma frequência maior. A gente olha para abril e ele já melhora sequencialmente. Quando a gente olha com ano contra ano no regime sazonal, ele também já respeita um pouco essa linha. A gente tem que ser cauteloso, tem algumas coisas ainda para acontecer ao longo desse próximo trimestre.

A gente viu outros atores do mercado sendo cautelosos nas suas mensagens, como você muito bem comentou na sua segunda pergunta, de uma visão para frente. A virose foi muito forte no primeiro trimestre que ela começa ali em fevereiro e março. Ela foi bastante forte no Norte e Nordeste, especialmente no Nordeste. Então, a gente tem que adotar



uma postura cautelosa em termos de equilíbrio e expectativas. A gente tem que sempre tentar equilibrar as expectativas aqui da melhor forma possível.

O seu segundo ponto aqui é sobre a competição. A competição segue aquecida, mas a gente tem feito uma série de iniciativas internas da companhia que eu mencionei durante o call, o Lucas também aqui mencionou, meu chará, mas a dinâmica segue bastante competitiva aqui, especialmente no Sudeste. Acho que não tem novidades para acrescentar sobre esse aspecto.

**Eduardo Resende- UBS:**

Está claro, Luccas. Muito obrigado.

**Operadora:**

A nossa próxima pergunta é do Maurício Cepeda, do Morgan Stanley. Maurício, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Maurício, pode prosseguir, por favor.

**Maurício Cepeda- Morgan Stanley:**

Oi, boa tarde. Boa tarde, Luccas, Lucas e Felipe. Obrigado pelo espaço. A gente tem duas perguntas, mas é pensando uma parte um pouco mais estrutural aqui de longo prazo.

A primeira é sobre o que seria o custo assistencial por membro, por beneficiário. Quando a gente vê um pouco, vocês estão balanceando várias variáveis aqui, vocês estão balanceando nível de serviço, judicialização, satisfação do cliente, vocês citam muitas vezes. E para a gente que está de fora é difícil entender o que poderia ser um custo assistencial recorrente, digamos, correto ou balanceado por beneficiário. Eu entendo que tem diferença de produto, que os PPO's são estruturalmente diferentes, mas a nossa questão é qual é o nível de confiança que vocês têm hoje sobre o nível de sinistro estrutural por membro que é aquele que reflete o acesso adequado, ou seja, ele não é nem suficiente, nem exagerado, e como que essa visibilidade está evoluindo depois que vocês fizeram alguns ajustes recentes de serviço, depois que vocês tiveram um pouco mais de, digamos assim, essa inteligência da judicialização e, em conclusão, se a gente deveria esperar um patamar estruturalmente mais alto de sinistro por membro daqui para frente.

E a segunda também, que tem uma certa relação com essa, é as respostas de preço, essas próprias pressões de custo. A gente entende que, obviamente, essa é a segunda variável mais importante e que existem também restrições competitivas, regulatórias, que não deixam vocês também serem completamente soltos na questão do preço, mas como



são contratos longos e precificação é suficiente, tem efeito de margem em médio prazo, eu queria saber quanto dos preços hoje já estão influenciados por níveis de sinistro futuro, de sinistro por membro futuro, e onde poderiam estar hoje as lacunas nessa precificação. Se vocês têm algum tipo de gap em visibilidade de dado, se vocês têm uma interpretação atuarial que já está madura, ou se é uma questão simplesmente de execução comercial. Muito obrigado.

**Luccas Adib - CFO:**

Oi, Cepeda, obrigado. Vou tentar ser bastante conciso aqui na resposta para caber dentro do nosso tempo. Sobre a questão do CPV, do custo aqui por vida estrutural, a gente precisa lembrar aqui que o setor passou por muita coisa nos últimos 2, 3 anos e a companhia também passou por muita coisa nos últimos 2, 3 anos. Acho que sua pergunta é superimportante, o quanto disso é estrutural, o quanto que isso está voltando um pouco mais para o nosso ambiente sazonal. Acho que tem alguns pontos aqui que são importantes a gente levar em consideração.

As mudanças de hábito de consumo, as mudanças regulatórias e a quantidade de unidades que a gente abriu ao longo do ano passado, eles fizeram com que o nosso custo desse uma bagunçada, especialmente no terceiro e quarto trimestre, porque muitas coisas aconteceram ao mesmo tempo com a companhia. O top-line recrudescceu, a gente teve um pouco mais de dificuldade de passar preço pelo ambiente competitivo no Sudeste. Eu tive uma mudança regulatória, eu abri muita unidade, eu aumentei a suficiência de rede em regiões em que eu tive aceleração desse uso. Então assim, foram muitos impactos que foram gerados de maneira alinhada na estrutura da companhia, que machucaram a ancoragem de custo. E, conseqüentemente, numa visão estrutural do CPV, olhando para frente quando a gente pega esse primeiro trimestre. E acho que é um pouco por isso que eu coloquei até ali um pouco de algumas mensagens de animação que a gente teve no primeiro trimestre, ele já vem com uma cara sazonalmente mais adequada com a série histórica. Porque a gente acabou sendo pego de surpresa com uma série de elementos no terceiro e quarto trimestre, e quando a gente olha para o primeiro trimestre, ele já vem um resultado limpo, com uma expectativa de frequência mais alicerçada do que a gente vê no regime sazonal, e fruto também de uma série de elementos que a gente trabalhou internamente, de rearranjo.

Do custo agregado por procedimento, por consulta. Na esteira de uma revisão de protocolos importantes que foi feita pela companhia. Então assim, olhando para frente, quando a gente enxerga o sinistro estrutural da companhia, eu não o vejo repetindo a dinâmica. Que ele repetiu, de repiques muito grandes ou de volatilidades grandes no nível de frequência, ou quanto que isso está passando.



No P&L, como foi no terceiro e no quarto trimestre. A gente está sendo cauteloso para o segundo trimestre, porque foi o primeiro trimestre que a gente teve aqui, nos animou. Já vem num regime sazonal, mas ainda pontos para a gente poder acertar olhando para frente, que podem dar aqui uma capacidade de melhoria ainda mais na otimização do nosso custo. Acho que olhando isso aqui, quando a gente está falando no CPV nominal.

E naturalmente, quando eu tenho aqui, e aí eu entro no seu segundo aspecto aqui, que é como eu estou enxergando o preço *all-in* aqui na minha precificação. Eu estou colocando o que por dentro, o que eu não estou, como é que está a minha tabela. A visão que a gente tem aqui. Eu acho que muito desse processo de aperfeiçoamento da companhia nos últimos trimestres, foi a forma como a gente começou a colocar dentro do custo elementos que estavam passando completamente por fora da precificação. A questão do sinistro judicial é um exemplo que a gente colocou no ano passado, a visão da multa ANS por dentro. No final do dia, a gente migrava de uma visão de cash MLR, da sinistralidade caixa, para uma sinistralidade total composta por todos esses elementos de fricção, que é o despejamento, que é a condição jurídica, que é a multa ANS.

Enfim, então tem um pacote de itens aqui começaram a passar dentro dessa precificação, que a gente enxerga que na tabela de entrada isso está mais adequado, mas alguns contratos naturalmente ficaram um pouco descompassados, especialmente pela nossa dificuldade de passar preço no terceiro e no quarto trimestre pelo ambiente competitivo. E aqui eu cito nomeadamente os contratos corporativos, que são contratos grandes que seguem nessa frente. Então, são ótimas duas perguntas que você colocou aqui, espero ter endereçado minimamente sua expectativa.

**Mauricio Cepeda- Morgan Stanley:**

Legal, Luccas. Obrigado. Ficou claro.

**Operadora:**

A sessão de perguntas e respostas está finalizada. Com isso, o evento de divulgação dos resultados do primeiro trimestre de 2026 da Hapvida está encerrado. A área de relações com investidores permanece à disposição. Muito obrigada a todos os participantes e tenha uma boa tarde!