

Transcrição do Webcast de Resultados do 4T21

Hapvida (HAPV3)

São Paulo, 24 de março de 2022 às 11h

OPERADOR:

Bom dia a todos, e obrigado por aguardarem, sejam muito bem-vindos à videoconferência de divulgação dos resultados do 4º trimestre de 2021 do Hapvida. Estarão presentes os senhores Irlau Machado e Jorge Pinheiro, Co-CEO's, Maurício Teixeira e Marcelo Moreira, CFO's, Guilherme Nahuz e Glauco Desidério, Diretores de Relações com Investidores. Destaco àqueles que precisarem de tradução simultânea que temos esta ferramenta disponível na plataforma. Para acessar, basta clicar no botão "*Interpretation*" através do ícone do globo na parte inferior da tela e escolher o seu idioma de preferência, português ou inglês.

Para aqueles ouvindo a videoconferência em inglês, há opção de mutar o áudio original em português, clicando em "*mute original audio*".

Informamos que esta videoconferência está sendo gravada e será disponibilizada no Site de RI da Companhia (<https://ri.hapvida.com.br/>), onde se encontra disponível o material completo da nossa Divulgação de Resultados. É possível fazer download da apresentação, também, no ícone de chat, inclusive em inglês.

Durante a apresentação das companhias, todos os participantes estarão com o microfone desabilitado. Em seguida, daremos início à sessão de perguntas e respostas. Informamos que as perguntas serão selecionadas por ordem de chegada e poderão ser realizadas por áudio ou de forma escrita. Para fazer perguntas, clique no ícone Q&A na parte inferior de sua tela e escreva o seu #NOME#, #EMPRESA# e #IDIOMA#, para entrar na fila. Caso queira realizar a pergunta somente de forma escrita, é só identificar sua preferência. Caso queira fazer via áudio, ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deverá ativar o seu microfone para fazer perguntas. Caso tenha mais de uma pergunta, pedimos que sejam feitas todas de uma única vez.

Ressaltamos que as informações contidas nesta apresentação e eventuais declarações que possam ser feitas durante a videoconferência, relativas às perspectivas de negócios, projeções e metas operacionais e financeiras do Hapvida, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições de mercado e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro do Hapvida e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, passarei a palavra ao Sr. Jorge Pinheiro que irá iniciar a apresentação.

JORGE PINHEIRO:

Bom dia a todos e aos que vieram aqui participar da nossa conferência teleconferência do 4º trimestre de 2021. E eu queria começar dizendo da nossa alegria e satisfação de estarmos reunidos no prédio (avenida paulista) da GNDI, queria fazer um agradecimento especial para o Irlau e todo o time, por terem em tempo recorde estruturado o prédio para acolher o time do Hapvida, que veio para cá. Agradecer Irlau a sala vizinha a sua, a sala do Dr. Candido e Candido Junior, que já estamos trabalhando aqui juntos. Agradecer o ambiente muito acolhedor não só fisicamente, mas também a maneira como fomos todos acolhidos aqui neste prédio. E queria dizer aqui publicamente o que já te disse pessoalmente, que estamos todos muito felizes em fazermos parte de um só corpo, agora física e espiritualmente. Muito obrigado, Irlau a estrutura está maravilhosa.

Estrutura essa que tem acentuado e muito aquela governança, que a gente planejou lá trás. Através de uma série de comitês e várias iniciativas, e que os times agora fisicamente, estando lado a lado, vejo aqui Marcelo, Mauricio, Glauco, Guilherme e todos os outros executivos do Hapvida e GNDI, de uma só empresa agora trabalhando lado a lado, ombro a ombro, procurando encontrar o melhor para essa combinação. Então essa estrutura física tem nos permitido acentuar, dar mais velocidade e tração a todas as enormes possibilidades dessa combinação. Mais uma vez muito obrigado em nome de todos do time Hapvida, obrigado a todos pela comida maravilhosa, pela estrutura e fazendo um ambiente de trabalho muito bacana, né.

Bem estamos hoje para falar dos Resultados do 4T21, claro que ambas as empresas naquela época ainda operavam separadamente, mas como somos uma só Companhia hoje, nós trazemos informações não só isoladas de cada empresa, mas já com uma visão dessa combinação. Naturalmente a partir do próximo tri já traremos números consolidados da nossa empresa.

No mês passado, o time concluiu com sucesso a maior operação de fusão da história do Brasil, com a combinação de negócios entre o Hapvida e o GNDI. Fomos as duas companhias que mais participaram do processo de consolidação do setor de saúde nos últimos anos. Conforme já divulgamos ao mercado no mês passado, essa combinação de negócios irá gerar enormes sinergias que já começaram a ser capturadas. Entendemos que a companhia, agora combinada, será transformacional para o país. A criação de um player verticalizado e integrado com presença nacional é única e acentuará nossa capacidade de continuar expandindo e democratizando o acesso à saúde de qualidade.

Falando dos resultados do ano e trimestre em si, eles comprovam mais uma vez a solidez e resiliência do modelo de negócios de ambas as empresas, que ainda operavam separadas no quarto tri, em meio a tantos períodos atípicos e desafiadores que foram os últimos 2 anos. No quarto trimestre, não foi diferente.

Percebemos um impacto operacional relevante com a chegada da variante ômicron juntamente com uma epidemia fora de época de influenza, o que aumentou substancialmente a demanda por atendimentos de urgência em nossas unidades e consultas por telemedicina. Aqui, gostaria de agradecer, mais uma vez, o empenho e os esforços sem medida empregados pelo nosso time de colaboradores e profissionais da área médica em mais um trimestre.

Essa terceira onda da pandemia nos afetou nos meses de dezembro de 2021, janeiro e fevereiro de 2022, e já se dissipou. Com o volume de atendimentos voltando aos níveis basais no mês de março. Olhando as últimas tendências e a evolução da pandemia no país, podemos afirmar que superamos essa onda de COVID. Agradecemos aos nossos clientes por terem nos escolhido e termos tido a oportunidade de continuarmos a cumprir com a nossa missão, que é entregar uma saúde com muita qualidade, pontualidade, acolhimento e sempre de maneira acessível. Gostaria de passar a palavra para o Irlau para que ele possa comentar um pouco mais. Irlau, por favor, um abraço para você e vamos nós.

IRLAU MACHADO:

Jorge, muito obrigado e bom dia a todos. De fato, iniciamos um novo capítulo na história da Saúde Suplementar do Brasil. Democratizar o acesso à saúde de qualidade era o propósito do GNDI, era o propósito da Hapvida e permanece sendo o propósito agora da nova Companhia Combinada.

O momento para nós é muito inspirador, eu na realidade eu é que agradeço sua presença aqui e o que de fato fortalece ainda mais esse nosso compromisso. Estamos trabalhando juntos, lado a lado, dia a dia e nossas equipes em conjunto é muito trabalho e dedicação em busca de construirmos algo único no setor de saúde no mundo. O processo de integração, como você bem disse, já foi iniciado, com equipes trabalhando de forma colaborativa em busca de oportunidades para geração de valor e os Comitês, envolvendo a gestão das empresas, já estão sendo realizados. Tudo isso de forma planejada e ágil, aproveitando-se da janela de oportunidade de consolidação no mercado e realmente esse é um momento único. Vale em relação aos resultados do 4T, como você bem disse, um tri ainda bastante desafiador, fomos pegos por ômicron nesse último mês do trimestre, ainda assolado por contas do trimestre anterior, impactando o 4T, porém como você bem disse, essa onda passou. Temos um março realmente com menos de 1 paciente por hospital dentro do grupo, isso é impressionante, é o menor número que nós temos de paciente, desde o princípio de 2020, ou seja, é o melhor mês de série histórica nos últimos 2 anos. Estamos realmente muito satisfeitos com a evolução, estamos entusiasmados com o que a gente tem pela frente em termos de sinergias e crescimento. Passo a palavra de volta para você Jorge. Obrigado.

JORGE PINHEIRO:

Perfeito Irlau, maravilha. Agora a gente começa aqui na apresentação, quem tem acesso estamos na página 3. Encerramos 2021 com a marca de 7,5 milhões de clientes, sendo 4,3 milhões em planos médico-hospitalares e 3,2 milhões em planos odontológicos. No ano, adicionamos de forma líquida 534 mil beneficiários de saúde e 192 mil beneficiários de odonto, tanto com crescimento orgânico quanto através da aquisição das operadoras Samedh, Plamheg, Promed e Premium.

Nossa receita líquida anual alcançou R\$9,9 bilhões em 2021 e R\$2,6 bilhões no 4T21, um crescimento de 15,5% e 14,3%, respectivamente, na comparação com os mesmos períodos do ano anterior. Mesmo com impactos relevantes, como despesas médico-hospitalares, ressaltadas pelo Irlau, relacionadas à Covid-19 e influenza no final do ano, a aquisição de operadoras que ainda operam em patamares de sinistralidade muito superiores aos de Hapvida em verdade dizendo em curva de correção e diminuição forte de sinistralidade nessas empresas adquiridas, e ainda o impacto do reajuste negativo dos planos individuais, que ocorrerá até o próximo mês, a sinistralidade caixa foi de 65,2% em 2021 e de 64,9% no 4T21. Um desempenho espetacular, com índice de sinistralidade significativamente inferior ao do mercado. Permanecemos muito eficientes com adequada gestão das despesas, com vendas atingindo um índice de 7,3% e das despesas administrativas com índice de 10,5% no ano. Com isso, o nosso EBTIDA em 2021 atingiu R\$1,5 bilhão de reais. Vou voltar a palavra para o Irlau para que ele possa falar um pouco sobre os números do GNDI. Irlau, por favor.

IRLAU MACHADO:

Vamos lá Jorge, é interessante como as empresas são muito similares nos seus impactos e o que aconteceu na realidade do país, mas de fato também tivemos um crescimento de Receita da ordem de 16,1% quando comparado ao 4T20. No ano foram 12,6 bilhões no faturamento de 17,9% vs. 2020, também crescemos nossos beneficiários em saúde fomos para 4,4 milhões de beneficiários, com 17,5% de crescimento. Isso também envolve um crescimento importante em termos de crescimento orgânico. Eu acho, que nossa normalidade de crescimento orgânico tem sido da ordem de 150 mil beneficiários ano, esse ano foram 134 mil, porém lembrando que esse ano foi um ano recorde de novas aquisições. Nós fizemos o fechamento de 8 empresas durante esse período, toda vez que trazemos uma nova empresa, nós fazemos um processo de limpeza de carteira que é natural para o processo. Se não fosse contabilizar esse número estaria passando dos 200.

Beneficiários em Odonto nós estamos com 3,3 milhões, também com um crescimento robusto da ordem de 20,4% vs. 2020.

Agora na Sinistralidade Caixa, o nosso 4T como bem disse, ainda não foi impactado principalmente por contas oriundas do 3T em função do ciclo operacional da operadora. Porém, todos nós fomos surpreendidos no último mês do ano, em dezembro, com a variante ômicron que trouxe um volume adicional de pacientes, principalmente em pronto socorro, testes etc. que realmente tiveram um impacto na sinistralidade. Porém, ficamos com 76,1% melhor do que o trimestre anterior, para o ano 79%, mas lembrando só no 4T foram quase R\$120 milhões de gastos com pacientes de COVID, ou seja, este patamar nós já não deveremos ver doravante em

função da queda drástica dos números de COVID e o que está acontecendo principalmente em março.

Em SG&A nós tivemos 14,4% nós estamos falando de um percentual um pouco acima, do que foi o 4T20, isso foi em função do reconhecimento que tivemos do dissídio coletivo retroativo referente a maio, então houve um acúmulo desse valor, que agora volta a normalidade e algumas taxas também de ANS, mas também retornamos a nossa normalidade com grande possibilidade de diluição dos custos das nossas aquisições recentes, que foram essas 8 do ano. Em termos de EBTIDA Ajustado ficamos com R\$ 265 milhões, lembrando sim -35,4 frente ao 4T20, por outro lado já o dobro do 3T do ano, começando um retorno à normalidade também. Estamos muito esperançosos para esse ano de 2022 já com esse passado de COVID sendo eliminado.

Vamos comentar aqui, eu e Jorge combinamos de falar um pouco, como bem disse o Jorge, é só para as pessoas tentarem entender a magnitude, a grandeza do que nós temos nas mãos. Veja esta é uma empresa com uma Receita Líquida combinada de R\$ 22,5 bilhões por ano, nós estamos falando de 8,7 milhões de beneficiários na saúde, este número o segundo colocado não chega na metade. Nós estamos realmente com uma escala imbatível, e uma presença em termos de capilaridade em nível nacional, este é um novo marco na história do País, uma empresa dessa magnitude atuando em todo território nacional. Beneficiários em Odonto já estamos com 6,5 milhões de beneficiários, também um robusto número, estamos aqui realmente, somos protagonistas em ambas as áreas. A Sinistralidade Caixa no 4T21 foi de 70,5%, mas a nossa normalidade todos sabemos, vai diminuir para 2021 72,3%. O EBTIDA Ajustado para o 4T21 R\$659,7 milhões e de 2021 seria de R\$ 2,2 bilhões. É uma empresa com um volume impressionante que doravante retorna uma normalidade em termos de atenção à saúde, de redução de custo de COVID, que impactou dramaticamente os resultados do ano de 2021. E voltamos agora ao patamar de crescimento, que tínhamos experimentado ao longo dos últimos 8 anos. Com isso passo a palavra de volta.

MARCELO MOREIRA:

Ok, obrigado Irlau. Bom dia a todos, acho que valia a penas passarmos pelo slide 6, porque Jorge e Irlau trouxeram que para nós os principais destaques do 4T21 e do ano passado, indicando o ponto de partida dessa nova jornada das duas empresas combinadas, mas queria chamar atenção também para a trajetória passada das empresas, acho que aqui não existe palavra que vá descrever melhor o que essa imagem traz. Duas empresas extremamente focadas, que ao longo dos últimos 5 anos mostraram um crescimento muito robusto acima de 24, 25%. Cada uma delas sabendo explorar muito bem dentro dos seus mercados as oportunidades de capturar, seja através de crescimento orgânico ou aquisição, e com um resultado extremamente sustentável. É essa trajetória, olhando aqui os dados a direita, essas barras empilhadas, é essa trajetória que nos inspira a buscar mais. Posso dizer aqui a todos vocês nesse *call*, que não existe uma única pessoa nas estruturas, que hoje não esteja absolutamente imbuída de retomar essa trajetória, e acho que o porquê está na página 7.

Essa nossa Companhia tem a nosso dispor, de longe a mais completa estrutura assistencial do país. Nós estamos falando de algo, que vai realmente muito além dos 84 hospitais e dos 7 mil leitos. É uma visão realmente holística da saúde, no sentido de que ele engloba o atendimento primário através de clínicas, consultórios, telemedicina que tem sido uma ferramenta importantíssima, envolve nossos prontos atendimentos com um alto grau de resolutividade, envolve nossos centros de diagnósticos, análises clínicas e laboratórios. E em constante aprimoramento e crescimento e evolução, podemos ver que neste momento são novos hospitais que estão na fase de planejamento até as etapas finais de construção.

Hoje olhando para o mapa do Brasil, nós já temos uma cobertura geográfica ultra abrangente, cobrindo 92% do PIB e essa estrutura com nossos 60 mil empregados, nossos milhares de médicos e enfermeiros, irão entregar esse crescimento dos próximos 5 anos. E com isso eu devolvo a palavra para o Irlau, para falar um pouco sobre, é comentei sobre a sustentabilidade dos números, do resultado, do nosso lucro, e agora eu queria passar para falarmos um pouco sobre ASG.

IRLAU MACHADO:

Obrigado, Marcelo. Eu já comentei a respeito disso no passado, em termos de ASG, do meu carinho com esse assunto, para mim é muito importante. Na minha vida privada sou conservacionista, estou muito envolvido em conservação de meio ambiente, em preservação de forma silvestre, sou membro do Conselho CEPEDES, eu tenho um compromisso muito grande com isso, eu fiquei extremamente feliz de perceber, logo no início da relação com Jorge, em termos de combinação das empresas, que o sentimento também existe dentro da Hapvida. Agora teremos uma força muito maior para avançar nestes assuntos.

Vou destacar alguns pontos aqui, que eu acho importante, ambas as empresas e agora de uma forma unificada, com um programa importante sobre diversidade, os grupos de afinidade montados, sendo entrevistados e coordenados para podermos fazer um ambiente de trabalho cada vez mais inclusivo, inclusão é a palavra correta que nós queremos usar no grupo. Nós passamos a compor alguns índices importantes né, no caso Hapvida índice FTSE4GOOD, pela primeira vez nós também aqui participamos do Carbono Eficiente da B3 no GNDI, a primeira vez que fizemos o *Carbon Disclosure Project* e ganhamos um B-, a maior nota entre as empresas do setor de saúde do Brasil. Esse processo então passará também a representar de forma bastante dinâmica através de um comitê de ASG, que eu inclusive participo e coordeno, tenho muito orgulho disso. Nós também vamos fazer esse mesmo processo em Hapvida. Em termos de eficiência energética, fizemos uma série de parcerias, com a EDP por exemplo, a construção de 150 mil m2 de usinas solares, isso é o equivalente a 2.800 casas, vai fornecer energias para 60 centros clínicos, a gente deixa de emitir mais de 2.300 toneladas de CO2, equivalente ao plantio de 330 árvores, que é pouco ainda, mas estamos muito bem encaminhados.

A nossa jornada de Diversidade na Hapvida foi fortalecida, com adesão ao fórum LGBTI+ na ONU Mulheres e Reis, além de palestras e treinamentos, ou seja, muito aderente aos programas de diversidades que temos aqui em GNDI. Nós realizamos o nosso inventário de gases efeito estufa,

no *GHG Protocol*, contemplando todas as unidades do GNDI, verificado por auditoria externa, e além disso pela primeira vez na história nós realizamos a compensação de 100% das nossas emissões, tornando o GNDI uma empresa Carbono Neutro, isso em bate papo em nossos comitês é algo também que está sendo muito cobijado para ser implementado, essa é o momento dentro de Hapvida, que agora como empresa combinada passa a coordenar os seus esforços no que diz respeito à governança, atividade social e proteção ao meio ambiente de forma unificada.

A força dessa empresa, falando de 66 mil funcionários, 84 hospitais trabalhando de forma conjunta, com a mesma filosofia de proteção, ao que nós temos aqui em termos de ESG fará uma diferença enorme em nosso país, somos uma empresa cidadã não só do Brasil, mas também do mundo. Muito obrigado, passo de volta a palavra, por gentileza.

MAURICIO TEIXEIRA:

Bom dia a todos. Nos próximos slides vou detalhar um pouco mais o Resultado do Hapvida, ainda sem consolidar os números com GNDI, conforme foi publicado. Já que o *closing* da operação ocorreu em 11 de fevereiro.

Os times de contabilidade das duas companhias estão trabalhando em conjunto na unificação dos planos de conta, eliminação *interCompany* e consolidações para apresentarmos as variações e análises do 1T22 da empresa combinada em nossa próxima conferência de resultados.

No slide 9 podemos ver a variação da receita e dos seus respectivos drivers de crescimento. A receita líquida no 4T21 cresceu 14,3% quando comparada ao 4T20 e a receita de 2021 cresceu 15,5% comparada a 2020, influenciada principalmente pelo aumento orgânico de 87 mil vidas em saúde e 186 mil vidas em odonto no ano. No último tri, tivemos crescimento de 34 mil vidas de saúde e 73 mil vidas de odonto. Esses são os números de crescimento orgânico quando excluimos o *churning* das recém-adquiridas Premium e Promed. Foi influenciada também pelas carteiras de clientes consolidadas no 1T21, da Samedh e da Plamheg, totalizando 21 mil vidas e pela receita proveniente das empresas adquiridas Medical, São José, Promed e Premium, que não existiam em 2021 inteiro, e pelo crescimento de 13,6% (2021 x 2020) na rubrica de outras receitas de prestação de serviços médico-hospitalares para terceiros, das empresas Resgate e Maida, nossa *healthtech*.

Passando para o custo, no slide 10, mostramos nossa curva de atendimentos relacionados à covid-19. Como o Jorge já comentou no início, houve um aumento muito significativo de consultas na segunda quinzena de dezembro por conta da disseminação da variante ômicron no Brasil juntamente com uma epidemia de influenza, que acabou impactando o quarto trimestre e também nos meses de janeiro e fevereiro desse ano. Março já tivemos um mês normal, com volumes basais de consultas ao longo do mês. Importante mencionar que nessa terceira onda de covid, não houve aumento das internações como em ondas anteriores. Causando menos impacto no custo em relação a essas outras ondas.

No slide 11 demonstramos no gráfico superior a composição da sinistralidade nos últimos trimestres, no lado esquerdo, e no ano, lado direito. Podemos ver que a sinistralidade caixa no 4T21 foi de 64,9% e de 65,2% em 2021, um aumento de 5,4 p.p. em relação ao mesmo trimestre de 2020 e uma queda de 3,0 p.p. em relação ao trimestre anterior. Os principais impactos na sinistralidade foram: Aumento do volume de atendimentos em virtude da disseminação da variante ômicron no Brasil juntamente com a epidemia de influenza. No combate à covid, tivemos gastos adicionais com pessoal, materiais e medicamentos, localização e funcionamento, serviços de terceiros na rede própria e os custos com a rede credenciada. O total foi de R\$14,3 milhões no 4T21 contra R\$27,8 milhões no 4T20. E de R\$349,1 milhões em 2021, por conta da pandemia contra R\$127,2 milhões em 2020.

O reajuste negativo dos planos individuais, que impactou em R\$31,0 milhões o 4T21 e R\$57 milhões o ano inteiro de 2021. Aqui é importante mencionar que para esse impacto utilizamos o faturamento atual com o desconto de 8% com o faturamento anterior. Se fôssemos comparar com um faturamento reajustado positivamente, esses números seria praticamente o dobro. Tivemos o maior patamar de sinistralidade das empresas adquiridas (Medical, São José, Promed e Premium Saúde) que compõem o número consolidado do Hapvida no 4T21, mas que não estavam presentes no período comparativo. A sinistralidade das empresas recém adquiridas está em trajetória descendente devido às iniciativas de integração e padronização dos procedimentos, respeitada a sazonalidade entre os trimestres. As empresas Premium e Promed, conjuntamente, tinham uma sinistralidade de 100% logo após o *closing*, apresentaram uma sinistralidade caixa de 86,6% no 4T21. As adquiridas Medical e São José, antes de serem incorporadas, possuíam uma sinistralidade caixa de 78,3%. Já estão se encaixando no patamar das operações maduras do Hapvida.

O aumento de 8,8 p.p. na sinistralidade caixa ano é explicado pela suspensão temporária de procedimentos eletivos no 2T e 3T de 2020, que não se repetiu em 2021, e que mais que compensou o patamar mais alto de sinistralidade de empresas adquiridas. Isso fez com que a sinistralidade do ano de 2020 fosse beneficiada e, portanto, distorceu a comparação com 2021 que, por sua vez, foi impactado pelos fatores que já mencionei.

No slide 12, mostramos como teria sido a nossa sinistralidade caixa se desconsiderássemos os efeitos extraordinários dos períodos, que são: os gastos adicionais com covid-19 no valor de R\$14,3 milhões no 4T21 e R\$349,1 milhões em 2021; o maior patamar de sinistralidade das adquiridas e o maior reajuste negativo dos planos individuais em R\$31,0 milhões no 4T21 e R\$56,8 milhões em 2021. Sem esses efeitos o índice teria sido de 61,2% no 4T21 e 59,5% em 2021, em linha com nossa sinistralidade histórica.

Passando para o slide 13, temos o detalhamento da provisão de ressarcimento ao SUS. No quarto trimestre de 2021, recebemos um novo lote de ABI e também GRU. O impacto líquido das diversas provisões do ReSUS no 4T21 foi de R\$24,1 milhões no sinistro, em linha com nossa expectativa de fluxo de cobrança normalizado. No ano, a provisão foi de R\$186,2 milhões.

No slide 14, apresentamos o percentual de representatividade do valor da provisão de ressarcimento ao SUS, que veio caindo em relação ao sinistro total da companhia. Vale lembrar, que o custo da Companhia do 2T20 e 3T20 foi extraordinariamente menor devido a suspensão dos procedimentos eletivos, fazendo com o que o % de representatividade aumentasse. Para a ABI recebida nesse trimestre, a de número 88, que se refere a procedimentos realizados, majoritariamente, no 4T20, o valor nominal é similar ao histórico dos últimos 15 trimestres.

No slide 15 apresentamos as nossas despesas operacionais. Na parte de cima, nosso índice de despesas de vendas de 8,4% no 4T21 e de 7,3% em 2021, aumento de 1,0 p.p e redução de 0,5 p.p., respectivamente, na comparação com os mesmos períodos do ano anterior. O principal impacto foi uma maior despesa diferida de comissões líquidas dos cancelamentos em R\$17,1 milhões no 4T21 e de R\$11,4 milhões em 2021 em virtude da incorporação pela Hapvida Assistência Médica das operadoras que faziam parte do Grupo São Francisco. A média de permanência dos contratos no Grupo São Francisco era maior e, portanto, as despesas de vendas eram diferidas por mais tempo. Após a incorporação, as despesas de vendas diferidas passaram a ser amortizadas mais rapidamente já que o tempo médio de permanência na Hapvida Assistência Médica é menor.

O índice de despesas administrativas foi de 11,3% no 4T21 e 10,5% em 2021, um aumento de 2,2 p.p. e 0,9 p.p., respectivamente, na comparação com os mesmos períodos do ano anterior, impactado por: dissídio coletivo, contratação de novos colaboradores e indenizações trabalhistas, provisões para riscos fiscais, cíveis e trabalhistas devido a uma mudança de prognóstico de possível para provável de multa administrativa da ANS, e incremento em gastos com viagens e hospedagens em virtude do retorno das viagens corporativas de rotina.

No slide seguinte, slide 16, apresentamos o Ebitda Ex-ILP de R\$394,0 milhões, um decréscimo de 8,8% em relação ao 4T20. A margem Ebitda Ex-ILP no 4T21 foi de 15,2%, redução de 3,8 p.p. na mesma comparação. O Ebitda Ex-ILP de 2021 totalizou R\$1,5 bilhão, decréscimo de 26,0% em relação a 2020, com margem Ebitda Ex-ILP de 15,1%, apresentando redução de 8,5 p.p. Todas as reduções na comparação com o ano anterior são explicadas, majoritariamente, pelos impactos da pandemia no nosso negócio, conforme explicado anteriormente. Excluindo os custos assistenciais relativos à Covid-19 de R\$14,3 milhões no 4T21 e R\$349,1 milhões em 2021, a Margem Ebitda Ex-ILP e Ex-Covid teria sido de 15,7% no 4T21 e de 18,7% em 2021, ainda impactada negativamente pelas aquisições da Promed e Premium e o reajuste negativo dos planos individuais.

O Lucro Líquido ajustado totalizou R\$347,1 milhões no 4T21, crescimento de 51,5% na comparação com o 4T20 e de R\$1,0 bilhão em 2021, redução de 11,8% na comparação com o mesmo período do ano anterior, impactado principalmente pela redução do Ebitda pelos efeitos da pandemia já discutidos anteriormente e compensado parcialmente pela redução relevante da alíquota efetiva de imposto de renda.

Indo para o slide 17, o fluxo de caixa livre ex-aquisições foi negativo em R\$109,4 milhões no 4T21 impactado negativamente pela redução do Ebitda em R\$43,4 milhões já explicado anteriormente. Negativamente pela variação do capital de giro, devido ao pagamento de R\$72,5 milhões de obrigações sociais relativo a 13º salário; variação de R\$22,8 milhões na PEONA e R\$50,1 milhões de variação do contas a receber em virtude do represamento de baixas de títulos das adquiridas que foram incorporadas no 4T21. No Capex tivemos um impacto da compra do imóvel do Hospital Viventi em Brasília no valor de R\$206,0 milhões. E positivamente, pelo pagamento a menor de

imposto de renda e contribuição social corrente em virtude da dedutibilidade do ágio e da amortização do valor justo proveniente da combinação de negócios.

Por fim queremos compartilhar também, que temos aproveitado as oportunidades criadas pelo momento de mercado para recomprar ações para tesouraria, de forma a gerar valor para os nossos acionistas, pois acreditamos que o preço atual das nossas ações não reflete todos os fundamentos e oportunidades de negócio do Hapvida. Somente no quarto trimestre recomparamos 18,1 milhões de ações. No ano de 2021 foram recompradas 23,2 milhões de ações.

Ficamos agora, todo o time Hapvida e GNDI à disposição para a sessão de perguntas e respostas.

OPERADOR:

Agora iniciaremos a sessão de perguntas e respostas apenas para investidores e analistas. Lembrando que, 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. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas. Solicitamos, por gentileza, que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

OPERADOR:

Vamos a nossa primeira pergunta. É do Leandro Bastos, analista *Sell Side* do Citi. Leandro, iremos habilitar seu áudio para que você possa realizar sua pergunta. Leandro pode prosseguir.

LEANDRO BASTOS:

Oi, pessoal, bom dia. Obrigado. Do meu lado são duas perguntas. A primeira é sobre a parte comercial, queria explorar um pouco como vocês estão vendo a dinâmica de vendas, no início desse ano, pensando no macro, ambiente competitivo, então a parte de *net adds* para ser comentado da Hapvida e Intermédica. E a segunda é sobre o ticket, tentando pegar um pouco sobre como vocês estão vendo a trajetória de ticket para o ano, e até se puder comentar sobre a perspectiva de repasse, principalmente para os coletivos. Obrigado.

IRLAU MACHADO:

Jorge, quer começar aí ou quer que eu comece?

JORGE PINHEIRO:

Não por favor, pode começar Irlau.

IRLAU MACHADO:

Perfeito. Nós estamos muito animados com o ano, porque eu acho que a dinâmica competitiva se torna bastante favorável para uma empresa de cobertura nacional como é a nossa, e nós como havíamos dito, já iniciamos o trabalho de desenvolvimento de um plano nacional, ele está agora já com o Marcelo, sob gestão específica. Temos o mecanismo de base de dados para poder fazer essa transformação, o pós-venda montado, esse produto está sendo agora, já iniciamos a

oferta desse produto em nível nacional, é estamos bastante, vamos dizer assim entusiasmados com isso.

Vale lembrar também, que em função da nossa divisão geográfica, tanto Hapvida quanto GNDI, tinham percentuais de carteiras de certos clientes, por exemplo, um grande cliente nós tínhamos aqui no Sudeste talvez 20% das vidas e as outras 80% das vidas distribuídas em outras operadoras. Agora nós podemos oferecer Hapvida no Nordeste, assim como Hapvida mantinha clientes no Nordeste, que agora vão poder usufruir dos serviços GNDI no sul e sudeste.

Isso nos dá um número bastante relevante de *prospects*, também já iniciamos a venda de planos individuais no sul e sudeste, e isso é um marco, já está na rua o produto, estamos satisfeitos com o início da produção. Em termos de repasse de reajuste de preços, vamos lembrar a regra da ANS é o que regra o reajuste de planos individuais e seria um bom proxy para planos corporativos também, deve sair alguma coisa em torno de 15% ou 16% de reajuste.

E para planos corporativos nos imaginamos que vamos ter alguma coisa nessa magnitude, obviamente olhando cliente a cliente. Por ser um trabalho menorizado buscando a sinistralidade de cada um. Vai então existir uma recomposição nos valores dos planos individuais a partir de abril, como bem disse o Jorge né. Então estamos bem esperançosos como uma recomposição de ticket. Também é válido dizer, que nas novas empresas que foram adquiridas haverá remapeamento dos produtos e adequação de preços nessas empresas também. Passo a palavra para o Jorge.

JORGE PINHEIRO:

Legal Irlau, bem completa sua resposta. Nada a acrescentar, só dando um pouco mais de cor. Estamos também muito entusiasmados com as evoluções de sinergias geradas entre as frentes, especialmente da área comercial. Eu vejo que várias daquelas iniciativas já estão implantadas, através da criação dos times montados da célula nacional. Já existe pipeline de negócios formado nessa célula para produtos de abrangência em todo país, e as visitas já estão plenamente acontecendo, dos últimos *reports* que tivemos, em curto prazo, sempre sendo do pipeline que já foi desenhado, já está sendo visitado gerando possibilidades de crescimento futuro.

Como Irlau falou, o individual já está rodando, o produto foi criado em parceria com os dois times. Dentro de um conceito bastante utilizado em Hapvida, que GNDI utiliza toda sua força, toda sua rede própria para oferta desse produto. E portanto, as frentes comerciais estão nos deixando bastante animados, como por exemplo, fonte de nova receita com venda de outros serviços. Do ponto de vista de ticket, o mais importante aqui é ressaltar, que as empresas continuam fortemente implementando seus planos de ação, no sentido de incrementar em níveis de verticalização, incrementar seus controles tecnológicos, através de aperfeiçoamento de sistemas, integração de suas redes no sentido de ter a melhor estrutura de custo possível, para ofertar o melhor possível do ponto de vista de qualidade, vai nos permitir no ano em que os custos médicos fizeram o mercado todo ser impactado isso vai nos permitir, sendo muito mais resilientes, de uma maneira muito mais sustentável a gente conseguir sim repassar os preços que a gente precisa, mas por outro lado ter muito mais competitividade, dado não só as sinergias geradas, mas também todas as iniciativas que ambas as empresas já tinham nos seus planos de ação e para intensificar a nossa filosofia. Então vejo com muito bons olhos, que a partir

de março, depois que os times já estão trabalhando conjuntamente o *pipeline* tem sido bem animador.

IRLAU MACHADO

Se me permite Jorge, só mais um comentário. Dentro dessa mesma linha, nós estamos trabalhando em conjunto e o mercado as vezes esquece isso, mas somente um pouco mais de 30 dias úteis como empresa combinada. E nesse mesmo período, mais de 20 hospitais entre as duas redes já forma credenciados, ou seja, com uma importante oportunidade de verticalização e corte de custos.

LEANDRO BASTOS:

Perfeito, pessoal. Muito obrigado.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é do Vinicius Figueiredo, analista *Sell Side* do Itaú BBA. Vinicius iremos habilitar o seu áudio para que você possa prosseguir. Vinicius, por favor, pode prosseguir.

VINICIUS FIGUEIREDO:

Bom dia, Jorge, Irlau, Mauricio e Marcelo. Obrigada por pegar minha pergunta. A primeira pergunta é em relação ao crescimento no Sudeste, colocando de lado Belo Horizonte, porque ainda não faz sentido você ser muito ativo comercialmente né, já que vocês ainda estão estruturando a operação. Na São Francisco o *net adds* acabou afetando bastante o número consolidado e tendo que uma remoção de vidas não faz muito sentido dentro da carteira e vocês consigam mapear isso dentro da integração de sistema, mas se vocês puderem comentar um pouco, por que que acabou acontecendo só agora. E como está a cabeça para o crescimento dessa região com esse ajuste *one time* já feito né.

E a segunda pergunta, se eu puder, é tirando a São Francisco Saúde e as operações de BH, a vertical Hapvida cresceu quase 70 mil vidas nesse trimestre, se eu fiz certo a conta, ao que vocês atribuiriam essa aceleração. E se vocês puderem comentar no primeiro tri nessas mesmas regiões, se vocês estão vendo essa dinâmica se mantendo. É isso, obrigado.

JORGE PINEIRO:

Legal Vinicius, ótima sua pergunta. Nós implementamos sistemas em 3 operadoras no tri passado São Francisco, São José e Limeira. A nossa régua de cancelamento de usuários é bastante curta, ou seja, em 60 dias conforme a lei 9656, em 60 dias cumulativos ou não a gente faz o cancelamento daquele usuário, para não estar exposto ao ressarcimento ao SUS e faturamento, que não vai ocorrer.

Como a gente implementou esse sistema no 4T, a maioria das empresas adquiridas, que foi a mesma coisa que aconteceu em América, a gente antecipa um cancelamento, que já seria previsto. Normalmente as empresas cancelam os usuários com 120 dias e a gente cumpre a regra implementando o cancelamento deles com 60 dias. Vocês lembram que no ano passado, acho que em março, a gente teve uma baixa de 30 mil vidas em Goiânia na América, porque eles só cancelavam com 140 dias, e a gente cancela com 60 dias, tiramos então da nossa base esses usuários não pagantes. Essa limpeza de carteira não importa em redução de caixa, só estamos tirando usuários que historicamente não são pagantes. Toda vez que o sistema é implementado,

ele automaticamente traz essas regras. Mais uma vez, não importa em redução de caixa, não houve mudança nesse quesito, mas a gente tira da nossa base de clientes usuários não pagantes em função dessa regra.

Tirando isso, operações maduras estão crescendo bem no Brasil todo, o 4T foi de crescimento. BH como você falou, estamos fazendo uma remodelação de Portfólio, a gente deixou de vender em algumas cidades e algumas capitais que nem Hapvida e nem GNDI tem rede própria, suspendemos vendas, assim como estamos descontinuando algumas pequenas cidades que, por exemplo, tem uma determinada cidade no interior de Minas onde temos como cliente uma Santa Casa, que tem uma base de clientes, a sinistralidade estava em torno de 200%. Não faz sentido a gente manter sem rede própria, utilizando a rede credenciada sustentar uma sinistralidade nesse patamar.

Então a gente faz esse ajuste no portfólio, prepara novos produtos, como estamos fazendo, e já levando um gancho aqui para o tema de BH. Hapvida e GNDI já fizeram um plano robusto para essa cidade, onde conseguimos cortar muito CAPEX duplicado, que ambas as empresas isoladamente fariam, então a gente fez uma racionalização, uma unificação do plano estratégico para BH. Onde temos hospitais espetaculares, estamos falando de 3 dos melhores hospitais de Belo Horizonte, fizemos a aquisição, na avenida do contorno, onde vai ser um dos maiores prontos atendimento e toda uma rede de ambulatório e diagnóstico está sendo implantada, mas é claro que isso leva alguns meses, então estamos preparando aquilo que vai ser um produto extremamente competitivo. Dado a sua dispersão geográfica naquela região, dado a complexidade e qualidade de seus ativos.

Estamos muito felizes com todo planejamento que vem sendo implantado em Belo Horizonte, nos preparando para sustentavelmente ter sucessivos crescimentos. Então acho que estamos em um rumo certo, mantendo em nossa base de clientes produtos que vão dar sustentabilidade de crescimento saudável a longo prazo. Não sei se o Irlau quer complementar algo mais sobre Belo Horizonte.

IRLAU MACHADO:

Não, era só comentar do carinho especial, que você sabe que eu tenho por Belo Horizonte, sou mineiro belorizontino.

JORGE PINHEIRO:

Por isso que eu pedi para você falar, porque seu amor ali é grande.

IRLAU MACHADO:

Estamos realmente muito animados, temos hospitais e inclusive com o *join combition* em Belo Horizonte, temos um produto que acredito eu, será extremamente competitivo, uma vez terminado a instalação da infraestrutura que nós temos lá. Então Belo Horizonte vai ser uma nova fase e para o mercado mineiro também, com um player de cunho nacional, com força nacional e apresentando um produto de altíssima qualidade.

VINICIUS FIGUEIREDO:

Perfeito, muito obrigado pelas respostas, super claro. Bom dia.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é do Joseph Giordano, analista *Sell Side* do JP Morgan. Joseph estamos habilitando seu áudio para que você possa prosseguir. Joseph, por favor, pode prosseguir.

JOSEPH GIORDANO:

Bom dia a todos. Obrigado por pegarem a minha pergunta. Eu queria explorar 2 pontos aqui, acho que o primeiro talvez pensando um pouco mais no trabalho dentro de casa, de uma subida um pouco relevante na despesa do lado da Intermédica. Eu queria explorar com vocês aqui, se isso é algo pontual por conta de aquisições, e até entender um pouco essas provisões para contingências um pouco maiores, acho que esse é um ponto.

O segundo ponto é pensando na estratégia mais ampla, é tentar entender como vocês tem visto essas negociações de clientes em comum, então o Jorge comentou que vocês têm alguns clientes com parte da carteira, a Intermédica tem uma parte e Hapvida tem outra, queria entender como tem sido essas negociações e entender como a gente deve pensar nos acordos combinados em termos de preço.

E entrando um pouco na questão de produto, que tem muita coisa a ser feita, eu queria entender para qual lado da oportunidade do mercado vocês estão direcionando, seria um ticket mais baixo, do que a média das duas companhias combinadas, talvez um produto mais de acesso de entrada na cadeia ou tentar o segmento intermediário, intermediário médio onde você tem talvez, um pouco mais de presença de Unimed. Essas são as minhas perguntas. Obrigado.

IRLAU MACHADO:

Deixa eu falar um pouquinho, porque pegou o assunto de Intermédica especificamente. Ambas as empresas têm um perfil muito similar em termos de democratização de produto, ou seja, nos focamos o nosso produto na classe média entrante e esse é o nosso foco e sempre fomos muito bem-sucedidos nisso. Não quer dizer que nós não tenhamos dentro da nossa carteira de produtos, produtos chegando ao premium e temos isso à disposição. Uma das coisas que vamos sim disponibilizar em seu momento é, por exemplo, o produto PPO para altos executivos das empresas que hoje tem, por exemplo, Hapvida. Então esse é um produto que está sendo lançado nesse sentido.

Ao passo que a combinação de negócios nos oferece a oportunidade de reduzir custo dramaticamente através da verticalização das operações, simplesmente porque tem praças em que Hapvida tem hospital e o GNDI antes precisava comprar o serviço de terceiros, agora podemos verticalizar o atendimento do grupo dentro daquela cidade e isso fortalece a competitividade do nosso produto. E sem dúvida nenhuma a qualidade do produto aumenta com isso, e a gente tem um maior controle por exemplo sobre os crônicos, o trabalho que podemos fazer em redução aos partos de prematuros, acompanhamento de crônicos e assim por diante. Então por si ele já tem uma qualidade superior e obviamente faz frente a produtos de ticket médio da Unimed, e nós vamos ser mais competitivos em termos de preço, nesse sentido.

No quesito custo de GNDI, nós de fato tivemos aquele impacto que foi o nosso dissídio, que aconteceu e nós fomos impactados. Nós temos sindicatos, as vezes diferentes do que existe por exemplo, em outras regiões do país. Mas esse dissídio aconteceu no último trimestre, e agora nós vamos retornar para normalidade. Depois que Jorge comentar, talvez Marcelo queira entrar um pouco nesse assunto de custos.

JORGE PINHEIRO:

Legal, Irlau. Perfeito. Só queria fazer uma lembrança Joseph, que o país tem menos de 24% de sua população coberta por plano de saúde. Essas 3 ondas de COVID que aconteceram, e comemoro termos superado completamente essa última onda de COVID, nos faz acreditar em um curto prazo na normalização das operações, é isso que nós estamos vivendo.

Isso por outro lado, faz com que as pessoas aumentem o seu desejo por serem cobertas por produtos privados. Dada toda a confiança e cuidado, que a gente tem podido oferecer para essas pessoas, com tecnologias diversas e atendendo na casa do usuário. Acho que as companhias combinadas estão rodando com quase 400 mil consultas por mês, em telemedicina, 370 mil consultas por mês. É uma transformação gigante, ofertando rede com uma dispersão geográfica, que dá muito conforto para o usuário, com complexidade necessária para atender o que o usuário precisa e com pontualidade.

Então a beleza dessa combinação que temos aqui, é essa enormidade de possibilidades e ganhos que vão ser gerados, e já estão através das várias iniciativas que estão sendo mapeadas e já implementados e é claro que parte disso, a gente devolve para o usuário através de reajustes cada vez mais comedidos dando previsibilidade para o nosso cliente. E por outro lado sendo a principal oportunidade por aumento de penetração mirando esses 76% da população, que não tem plano de saúde e clama por ter.

Por outro lado. Como Irlau bem falou, nós temos uma gama de produtos é claro que precisamos ressaltar, que o principal produto o carro chefe dessa empresa é essa rede combinada, que apresenta presença nacional, em todas as grandes cidades você vai encontrar hospitais Hapvida e GNDI, vai encontrar ambulatórios, diagnósticos e nosso plano é intensificar cada vez mais isso. Mas a gente sim tem planos complementares com redes um pouco diferentes, por exemplo o portfólio de Hapvida tem 3 produtos, o nosso plano, tem o mix que tem uma rede mais ampla de consultas e tem o pleno, que tem diagnósticos um pouco mais aberto e outros hospitais. E GNDI Irlau acabou de falar, que tem o PPO que será complementar a clientes que já tem Hapvida e querem ter planos de livre escolha e de maneira complementar, ou seja, essa grande possibilidade que a gente tem aqui em sinergias vão fazer com que o nosso produto seja cada vez melhor, mais competitivo e com amplitude geográfica muito mais turbinada em função da presença das empresas. Eu passo a palavra para o Marcelo.

MARCELO MOREIRA:

Perfeito. Joseph você falou do G&A né, nosso G&A caixa. Eu só queria ressaltar aqui que, se a gente olhar em uma visão anual a gente conseguiu ter uma diluição importante de 0.7 p.p. a gente caiu de 9%, que a gente tinha em 2019 para 8.7% e agora de 8.7% para 8%. Então eu acho que esse compromisso e esforço de diluir né nosso G&A à medida que a gente expande as nossas operações, esse desafio está presente. E claramente a gente tem variações entre os *quaters* e são normais. E essas duas variações que ocorreram no 4T a gente não espera uma perpetuação deles.

A questão de contingências e taxas da ANS é uma coisa muito pontual de algumas reestruturações de produto, que a gente fez especialmente nessas praças novas que a gente entrou, com o lançamento de vários produtos, término de outros para que a gente pudesse focar no lançamento do produto *Conect*, que a gente fez no Sul e Minas Gerais. Você tem não só as taxas, mas as despesas de Marketing associadas com isso. A questão do pessoal, obviamente que é um dissídio e é recorrente, mas o impacto maior que nós tivemos aqui até da correção das provisões, porque eu tenho que corrigir férias, 13º, tudo isso. E aí sim você tem um impacto maior que acaba acontecendo num determinado período. Então fica aqui o compromisso de continuar a busca pela diluição do G&A.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é do Vinicius Ribeiro. Vinicius iremos habilitar o seu áudio para que você possa realizar sua pergunta. Vinicius, pode prosseguir.

VINICIUS RIBEIRO:

Bom dia a todos, obrigado por pegar minha pergunta. São 2 perguntas aqui do nosso lado. Queria pegar um *follow up* de uma coisa bem específica que o Irlau comentou, que é um pouco de uma verticalização cruzada, se dá para chamar assim, nos momentos de expansão das duas empresas, em algum momento vocês tiveram que fazer a expansão de rede, de aumento de capilaridade de rede de atendimento e por aí vai. Eu queria entender assim, à luz da demanda adicional que o Plano Nacional vai trazer, vocês esperam alguma necessidade de adequar a estrutura ou aquela estrutura que já existe é suficiente para atender essa demanda.

E o segundo ponto, ficando também no Plano Nacional, quando a gente pensa em preço e nível de verticalização quando comparado com a base de ambas as empresas, a gente deveria esperar que esse Plano Nacional entre com ticket mais baixo do que o ticket de base ou a gente deveria esperar uma precificação parecida com os produtos que tem hoje e de alguma maneira geraria uma eficiência operacional para vocês. É isso pessoal, obrigado.

IRLAU MACHADO:

Quer ir lá Jorge?

JORGE PINHEIRO:

Vou começando aqui e depois você complementa Irlau. Nós temos um produto hoje, que já pode ser disponibilizado, que a gente pode chamar de Produto Nacional, por estar presente em todas

as regiões brasileiras com rede própria. Mas naturalmente é um produto que, eu não tenho o número exato, mas está presente em mais de 86% do PIB, me ajudem aí, a gente fica com o compromisso de dar o número exato. Mas vejam que com rede própria, a gente já vai estar presente em todos os lugares, que vamos dizer assim tem a maior concentração de renda do país, e, portanto, o maior mercado consumidor. Então a gente já parte com essa realidade, de unificando esses dois produtos as duas redes, a gente tem a possibilidade de ofertar um produto, sim nacional, pois está presente em todas as 5 regiões, quase em todas as capitais brasileiras e outros grandes centros. Mas claro, não é um produto que tem atendimento em rede própria em todas as regiões do Brasil, que seria inalcançável e ineficiente ter rede própria em todas as cidades brasileiras, mas a gente já parte com um diferencial competitivo gigantesco, pois aqui não tem nada comparado com essa dimensão e amplitude geográfica existente hoje.

Precisamos ressaltar, que ambas as empresas continuam em uma apegada muito forte de ampliação dessa rede própria, através de projetos de aquisição. Sei que GNDI, Irlau pode falar melhor depois, tem 7 projetos de unidades de pronto atendimento. Hapvida aqui em SP tem 3 hospitais sendo construídos, tem mais 2 no centro-oeste e tem mais 3 nas regiões norte e nordeste. Tem aquisição que a gente já anunciou a pouco tempo na região nordeste, estamos inaugurando nos próximos dias um hospital em Brasília. GNDI acabou de anunciar uma aquisição no RJ, ou seja, a gente como parte da nossa estratégia, a gente amplia de maneira consistente e qualifica cada vez mais ainda com projetos arquitetonicamente bem, cada vez melhores, nos melhores endereços, melhor tecnologia, trazendo os melhores profissionais e fazendo que esse nosso produto cada vez mais tenha diferenciais competitivos, que não é disponível hoje no Brasil.

Na verdade, estamos falando da criação de um novo conceito, um novo produto que só Hapvida e GNDI vão ofertar para o mercado brasileiro. Com relação a precificação tem uma complexidade um pouco maior, que a precificação depende da concentração de vidas em cada região. É claro que esse Brasil é tão grande e tão variado, que o custo médico das cidades também varia com essa mesma intensidade. O custo médico de Salvador, é diferente de Manaus, que é diferente de Joinville e de São Paulo e Rio. Então a precificação tem essa sofisticação de verificar não só localização geográfica, mas faixa etária, tipo de produto se tem coparticipação ou não, se tem outras modalidades, se o usuário participa ou se é pago 100% pela empresa. Então tem uma série de aspectos a serem verificados na precificação desse produto. As iniciativas já estão montadas, os dois times de *price* já trabalham juntos nessa célula nacional, para dar um dinamismo muito grande na cotação desses novos produtos. Irlau, por favor, quer complementar.

IRLAU MACHADO:

Vale só um complemento Jorge, muito bom o seu comentário. No momento em que a gente desenvolve essa rede e ela se presta a um produto nacional, e até através de como bem você disse a nossa estrutura é enorme. Ele vem para atender o nosso anseio de contínua de verticalização de serviços suplementando isso em todo território nacional. E quando a gente verticaliza, vamos lembrar, geralmente o custo dependendo obviamente da região do país, da localização, quando ele é feito dentro de casa ele pode ser 50% inferior ao que é cobrado do lado de fora, dependendo de alguns locais até mais. Então isso nos oferece competitividade adicional a um preço bastante razoável.

MARCELO MOREIRA:

Só com relação a sua primeira colocação Vinicius, a respeito se algum CAPEX adicional seria necessário, nesse caso aqui acho que é ao contrário. Hapvida tinha um plano de negócios com CAPEX aprovado, GNDI outro. Na hora que você combina os dois, o que a gente já identificou com nome e sobrenome são alguns desses investimentos que não precisaram ser feitos. Porque eles gerariam sim um excesso de rede, que não é necessário. Então eu acho que o resultado aqui dos planos individuais do CAPEX, é que a gente vai ter efetivamente uma economia no todo.

GLAUCO DESIDERIO:

Só aproveitando para complementar o ponto do começo da resposta do Jorge. A estrutura nacional combinada vai estar presente no total de Estados que representam 92% do PIB nacional.

JORGE PINHEIRO:

92% um pouco maior do que eu tinha falado. Obrigado Glauco.

MAURICIO TEIXEIRA:

Um ponto importante de sinergia como você mencionou Vinicius de verticalização cruzada, essa questão de que muitas vezes as empresas já oferecem soluções nacionais, mas se utilizando de rede de terceiros ou outras operadoras e as vidas são repassadas localmente. Eventualmente a GNDI tem um cliente no Nordeste ou no Norte que é atendida por uma operadora parceira, que não é Hapvida. E agora a gente está fazendo esse cruzamento das bases para repassar para Hapvida e vice-versa. Hapvida repassando vidas locais para GNDI. E isso tem uma sinergia imensa, que a gente está fazendo com essa verticalização cruzada das vendas. Cruzando operadores e redes hospitalar.

IRLAU MACHADO:

Bem lembrado Mauricio. Só como exemplo, nós tínhamos através da aquisição da Vitallis em MG, nós tínhamos vida no Pará, Maranhão e Manaus, ou seja, isso está sendo repassado agora para Hapvida que tem infraestrutura local para atender a um custo muito menor do que estávamos pagando. Idem para algumas operadoras que nós compramos e tinham vidas em Recife. O mesmo é verdadeiro para operadoras adquiridas pela Hapvida e clientes da Hapvida. Isso a gente pode repassar essas vidas entre nós.

VINICIUS RIBEIRO:

Perfeito pessoal. Muito obrigado.

JORGE PINHEIRO:

Perfeito, Irlau. Só complementando, muito boa tua lembrança, que essa é uma das iniciativas de sinergias de captura de curto e médio prazo de implementação, que não trazem grande complexidade. Já estão mapeadas, em nosso *pipeline* de cidade por cidade e ao longo dos próximos poucos trimestres a gente já deve começar a ver captura dessa sinergia, trazendo bastante eficiência.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é do Mauricio Cepeda, analista *sell side* do Credit Suisse. Mauricio iremos habilitar o seu áudio para que você possa prosseguir. Mauricio, por favor, pode prosseguir.

MAURICIO CEPEDA:

Oi, pessoal bom dia. Obrigada pelo espaço aqui na conferência. Eu tenho algumas perguntas, até explorando alguns aspectos que já foram discutidos. O primeiro é a questão dos cancelamentos, vocês têm de fato um *gross adds* muito bom, mas o cancelamento ainda é alto, eu entendo que teve uma questão de limpeza de algumas carteiras. Mas se vocês pudessem talvez detalhar que outras razões que estão levando a esses cancelamentos que não são essas limpezas de carteira, e quando vocês acreditam que possa haver uma inflexão nessa tendência.

A segunda pergunta, já que estamos falando bastante na questão de verticalização, quais são os possíveis *gaps*, onde são os principais *gaps* de verticalização que vocês têm no país e se isso influencia de alguma forma na decisão de vocês de *M&A*, de fazer um *trade off* entre comprar vidas e comprar infraestrutura, o que vocês fariam nesses lugares.

E vou fazer aqui duas perguntas inusitadas, que eu vou juntar em uma. A gente vê duas discussões andando em termos de regulatório e legislativo. Uma é a questão que talvez o ROL da ANS possa se tornar “exemplificativo” apesar de ser uma coisa meio estranha. Mas se vocês já conseguiram calcular um possível impacto nisso no ambulatorial e outra discussão que está vindo aí do piso de salário da enfermagem, que voltou a estar quente nos últimos tempos. Quão distante vocês estariam desse novo valor proposto e, portanto, o que poderia ser um impacto em folha de pagamento. Muito Obrigado.

IRLAU MACHADO:

Jorge, quer começar?

JORGE PINHEIRO:

São vários temas aqui, vamos batendo bola Irlau. Com relação a cancelamento. Primeiro Obrigado Mauricio por suas perguntas. Basicamente dois motivos, implementação de sistemas como eu falei a gente encurta a régua de cancelamento de usuários que historicamente eram inadimplentes. Na hora que a gente tira eles da base, depois que implementa sistema, de novo não tem nenhum impacto em caixa, porque são usuários não ativos. A gente não nota nem mudança no comportamento de inadimplência, a inadimplência vem mantida né. É só uma régua mais eficiente, que a gente tem. Não adianta ter na base de clientes usuários que não são ativos a meses. Invariavelmente em todas as operadoras, que a gente faz a gente implementa isso, mas é feito de uma só vez, na hora que você implementa, daí para a frente em cada empresa não é mais recorrente né.

Uma segunda coisa que a gente tem feito naturalmente é descontinuar algumas regiões, que não fazem sentido a gente estar, porque são regiões especificamente onde não há possibilidade de a gente implementar nosso modelo de negócio dado as características de densidade populacional, e os hospitais locais a gente não tem muita margem de manobra para poder fazer a melhor gestão. Então nessas cidades especificamente a gente vem descontinuando, não tem sentido a gente manter a nossa base clientes que não vão trazer saúde dentro da nossa operação, que consomem e a gente sem ter possibilidade nenhuma de fazer qualquer tipo de implementação com a utilização de rede própria. Então basicamente são esses motivos. Mas a venda como você bem viu está bem legal e a gente faz esses ajustes na carteira para que toda

venda na empresa seja saudável, sustentável a gente não está pensando em crescimento de curto prazo para gerar incremento de número de vidas.

O jogo aqui, isso eu e Irlau falamos muito junto com os times, vamos ter estruturas sustentáveis, seguras, vamos nos permitir resistência, resiliência com qualidade de atendimento. E que a gente consiga ser previsível também com o usuário, para não ter que ficar repassando no outro ano 30%, 40% de reajuste que não é o que nós fazemos. Pelo contrário, a gente que oferecer produtos que sejam sustentáveis e de alta qualidade né.

Com relação ao ROL ANS, eu vejo muito baixa a possibilidade de prosperar algo assim, que seja exemplificativo, que seria decretar o fechamento do órgão regulador da agência. Um dos principais fundamentos da agência é exatamente determinar a formatação dos produtos e o ROL. Então isso seria decretar o fechamento do regulador que trouxe grandes ganhos para o Brasil, colocando uma regra única para todos os competidores. Eu acho que isso foi um grande ganho para o consumidor. Então não vejo grandes motivações para isso.

No ponto de vista do piso de enfermagem é muito incipiente a conversa, o tema a pensar de ter passado pelo Senado e agora estar no Congresso. Primeiro é claro que a gente tem que valorizar e parabenizar os profissionais de enfermagem, eles que tanto lutaram, agora em especial no enfrentamento nessas ondas de COVID, vai aqui os nossos parabéns aos profissionais espetaculares, que levam [...] unidade no dia a dia.

Agora a grande discussão no Congresso hoje é fonte de financiamento, em especial para as prefeituras, em especial para as Santas Casas, filantrópicos né, nós sempre temos a possibilidade de repassar em preço em qualquer medida que venha acontecer. A gente não tem nenhum número definido, porque o cenário ainda está muito em aberto. Várias possibilidades estão sendo estudadas no congresso e como isso não está maduro ainda a gente não tem nenhum número específico. Irlau, que ajudar aí?

IRLAU MACHADO:

Só como último comentário no que se refere a ROL exemplificativo vs. taxativo além de fechar a Agência Nacional de Saúde a gente teria que fechar a ciência atuarial no mundo. Porque você não consegue fazer cálculo atuarial em um sistema de mutualismo, sem entender quais são os riscos envolvidos, o que caberia então seriam aumentos expressivos de preços para o imponderável, seria muito contra proficiente para o país, seria definitivamente contra proficiente para o consumidor. O primeiro que deveria bater martelo em cima disso é o próprio consumidor. Então eu tampouco acredito que esse tipo de atividade poderia ou que esse tipo de ação poderia prosperar.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é do Fred Mendes, analista *sell side* do *Bank of America*. Fred iremos habilitar o seu áudio para que você possa prosseguir. Fred, por favor, pode prosseguir.

FRED MENDES:

Boa tarde a todos. Eu tenho duas perguntas aqui também. Uma delas é voltar na segunda, sobre São Francisco, é claro que foi um ativo maior, mais complexo. Mas chama atenção um pouco

esse prazo para integração total de quase 2 anos e meio. Então se vocês puderem falar um pouco mais sobre isso, e como está a performance desse ativo em específico, seria ótimo.

E a segunda pergunta é mais para GNDI, o que dá para a gente esperar dos novos produtos individuais, que o GNDI acho que lançou aqui nos últimos dias em SP. E se dá para imaginar, acho que já era produtos que vinham sendo trabalhados há algum tempo. Se dá para imaginar se isso já teria um impacto mais relevante no 2T22. Obrigado pessoal.

JORGE PINHEIRO:

Irlau, eu começo aqui por São Francisco e depois você fala de individual. Pode ser?

IRLAU MACHADO:

Perfeito.

JORGE PINHEIRO:

Relembrando o processo da São Francisco, foi a maior aquisição que nós fizemos, sem dúvida desafiadora de uma operadora que tinha rede e clientes de 4 regiões brasileiras, bastante pulverizada então o nível de complexidade é alto. Lembre, que em função disso quando a gente divulgou o case para o mercado a gente falava de um prazo de implementação de 4 anos, depois que a gente já previa todas as complexidades. A gente conseguiu reduzir pela metade, pela metade a gente conseguiu não só fazer a integração societária, implementação de sistemas e integração completa das operações. Hoje São Francisco está 100% integrada nos sistemas Hapvida, todo nível de informação que tem nas operações no modelo Hapvida, em São Francisco já se refletem com a mesma intensidade, qualidade e pontualidade. Em tempo real as operações já funcionam. Então a gente já conseguiu reduzir pela metade o prazo, ou seja, o que é que nós temos daqui para a frente em São Francisco, apenas a construção de hospitais, a implementação da rede própria e isso faz parte de um processo contínuo né.

Mas com relação as integrações, elas estão plenamente feitas e a gente conseguiu, só para dar alguns números, São Francisco já no finalzinho já rodava com sinistralidade de 70%, e a gente já conseguiu reduzir 5 ou 6p.p. nesse período, que é algo espetacular. Uma operação que ela é parcialmente verticalizada, e que metade da São Francisco tem rede própria e outra metade não tem e possivelmente não terá. Nós temos alguns projetos de hospitais, temos em Campo Grande, no interior de São Paulo que vai incrementar o nível de verticalização, e sim a gente vem fazendo muito isso. Mas já tivemos um ganho enorme em 2 anos, metade do tempo que a gente previa. Foi uma integração de muito sucesso nesse sentido. Irlau, por favor sobre o individual. Obrigado Fred, pela pergunta.

IRLAU MACHADO:

Perfeito. Olha só para explicar um pouco como é esse processo de um lançamento abrangente de um produto individual para a gente. Primeiro você tem que treinar e capacitar os corretores, você precisa obviamente ter o produto registrado e estruturado ele está todo calcado em rede própria nossos produtos individuais são 100% verticalizados, nós precisamos obviamente acordar com o canal corretor remuneração e lançar o produto. Isso tudo já aconteceu, já demos o início ao processo de venda, tem uma semana de venda, já com sucesso. Estamos esperando sem dúvida nenhuma, que isso passe a repercutir paulatinamente.

Lembrem-se isso aqui é como uma escadinha, você vende um grupo de produtos hoje ele passa a ter a remuneração desse mês, no mês seguinte aqueles novos produtos vendidos no mês

seguinte mais o que foi vendido no mês anterior. Então isso vai compondo nessa escadinha e vamos sim esperar resultados nos próximos meses já impactando o nosso resultado sim.

É interessante só lembrar, que produtos individuais tem também uma certa carência né. Então a sinistralidade principalmente no início ela ainda é mais tímida e, portanto, o resultado é ainda melhor.

FRED MENDES:

Super claro. Só se você puder voltar mais um nesse ponto e teoricamente deveria ter um preço maior e naturalmente uma sinistralidade, uma margem maior ou iguais a partir do momento que eles vão ganhando mais corpo né, teoricamente.

IRLAU MACHADO:

Exatamente.

FRED MENDES:

Perfeito. Super claro. Obrigado Irlau. Obrigado Jorge.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é do Ricardo Boiati, analista *sell side* do Banco Safra. Ricardo iremos habilitar o seu áudio para que você possa prosseguir. Ricardo, por favor, pode prosseguir.

RICARDO BOIATI:

Boa tarde, pessoal. Tudo bem? Espero que estejam me ouvindo bem aí. Tenho duas perguntas rápidas aqui na verdade. A primeira é para Hapvida, com relação a essa multa da ANS de mais ou menos R\$ 15 milhões no trimestre. Tem um passivo contingente de mais ou menos R\$ 460 milhões classificado como possível né, de acordo com o ITR. Se vocês pudessem dar um pouco mais de cor a respeito do que transitou no 4T e como isso se compara com o passivo contingente, para a gente entender um pouco se tem algum risco de novas reclassificações ou se foi algo totalmente *one-off* aí do trimestre. O Marcelo já comentou um pouco no caso do GNDI né, mas se tiver alguma coisa adicional Marcelo fique à vontade.

E quando esse provisionamento pode vir a caixa, ou seja, à medida que você está reconhecendo a provisão hoje você já tem uma expectativa que ela vire caixa nos próximos 12 meses ou não necessariamente. Entendo que não é materialidade desse passivo contingente, não é tão relevante assim também. Mas só para entender se teria alguma coisa a mais no PNL ao longo dos próximos trimestres.

E a segunda pergunta para GNDI, é só uma clarificação na verdade, com relação a sinistralidade. Vocês comentam ali o impacto da desmobilização de estruturas de atendimento ao COVID. Eu só queria entender se esse impacto está incluído nos R\$ 126 milhões de custo de tratamento de paciente COVID ou não, ou se é alguma coisa adicional não recorrente nesses R\$ 126 milhões. É isso do meu lado pessoal, obrigado.

GUILHERME NAHUZ:

Boa tarde, Boiati. Aqui é o Guilherme. Vou pegar essa primeira pergunta da multa ANS que é absolutamente processo administrativo comum *bussiness as usual* aqui. São 72 processos administrativos, ou seja, não é uma multa de um processo em si, então é bem pulverizado isso. São multas administrativas diversas, que a gente recebeu entre os anos de 2007 e 2013. Então são ações muito antigas, ainda no âmbito administrativo. A gente continua agora no judicial apelando contra.

Então foi interposto já pela Hapvida o recurso de apelação e a gente aguarda, a gente não tem como prever quando que vai acontecer o trânsito em julgado, mas a provisão precisou ser feita agora porque os processos foram classificados, como todos os nossos outros processos por escritórios terceiros, classificados como perda provável. Então a gente fez o provisionamento agora, desembolso de caixa é sem previsão de quando isso vai acontecer.

Isso é *one time* então, não é um efeito recorrente, que de novo é um volume grande de multas muito antigas, que faz parte do negócio. E de novo curso normal dos negócios não teve nada extraordinário. Passando para o Marcelo, para responder a parte GNDI. Obrigado Boiati.

MARCELO MOREIRA:

Perfeito. Acho que, com relação a sinistralidade nós falamos aí desses R\$ 126 milhões, do impacto COVID que nós tivemos. Esse foi um impacto aí basicamente de contas médicas e custo de atendimento, de desmobilização não está contido nesse número, tá. Ela vem adicionalmente, porque ela tem a ver com readequação de quadro, redução de equipes médicas para ficar mais em linha com a necessidade e fechamento de leito.

Vocês lembram que a gente, ao longo do COVID falou muito de abertura de leito, e agora esses leitos todos, nesse momento agora podemos falar com tranquilidade que foram todos fechados. Não existe mais nenhum leito, não existe nem mais alas de hospital separadas exclusiva para COVID. Isso já passou a ser um curso normal do negócio aqui.

RICARDO BOIATI:

Ótimo. Obrigado, pessoal.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é do Yan Cesquim, analista *sell side* do BTG Pactual. Bom dia a todos. Gostaria de colocar 3 perguntas. Percebemos que um nível menor de adição líquida no trimestre foi impactado por um *chair* maior, principalmente nas recém adquiridas Promed e Premium. Essa dinâmica de cancelamentos vem se revertendo no início de 2022? Segunda pergunta, como seguem as vendas no início do ano? Percebem uma melhoria nas adições líquidas? Terceira pergunta, quando devem começar as vendas do produto nacional?

IRLAU MACHADO:

Começo com a última pergunta e se engatam os demais. O produto nacional já está sendo negociado, a oferta já está sendo feita. Nós temos um funil, que chamamos de funil de vendas. Onde a gente faz a identificação de um grupo de possíveis clientes candidatos ao produto e nós iniciamos as visitas né, essas visitas para esses clientes, nós estamos falando aí de um potencial enorme de clientes. O que foi selecionado inicialmente aqui, porque faz mais de 700 mil vidas. Estamos indo e conversando com esses clientes, e para alguns clientes nós já estamos em uma

segunda etapa, que é o processo já de negociação e nós temos alguns clientes já em fase final de assinatura. Então o produto já está em comercialização o produto nacional.

JORGE PINHEIRO:

Com relação a cancelamento, claro todo início de ano é mais morno, pela natureza das despesas que as pessoas têm IPTU, IPVA e matrícula de escola das crianças. Então normalmente é assim mais morno, mas estamos muito esperançosos com todas as iniciativas que estão montadas aqui, como o Irlau falou. Tudo montado, olhando para frente, pelo menos o *pipeline* está nos deixando bem animado com a possibilidade de crescimento.

OPERADOR:

Nossa próxima pergunta é da Beatriz Abreu, analista *sell side*. Beatriz iremos habilitar o seu áudio para que você possa prosseguir. Beatriz, por favor, pode prosseguir.

BEATRIZ ABREU:

Olá, pessoal. Bom dia. Obrigada por pegar minha pergunta. Minha pergunta, na verdade são duas perguntas bem rápidas. A primeira pergunta é em referência a essa despesa diferida de comissões em virtude do grupo São Francisco, que aumentou bastante no trimestre. Se vocês puderem explicar o motivo disso e o que vocês esperam para essa despesa no futuro, acho que seria ótimo.

E uma segunda pergunta se vocês podiam dar alguma cor com relação aos benefícios fiscais né e restante de dedutibilidade do ágil. Como que vocês veem isso daqui para a frente, principalmente considerando um provável aumento do ágil com a combinação. Como é que vocês estão vendo isso daqui para a frente. Obrigada.

MAURICIO TEIXEIRA:

Oi, Beatriz. Tudo bem? Obrigado pela pergunta. Primeiro sobre a despesa diferida, acontece o seguinte a São Francisco tinham contratos que foram vendidos, e estavam ainda amortizando o deferimento das despesas comerciais né, de aquisição dos clientes, correlacionado com o tema do *churning*. Quando foi feita a baixa desses clientes, o valor que tinha a ser reconhecido também foi baixado no resultado, porque não faz sentido você reconhecer no resultado o diferimento de uma despesa comercial de um cliente que não gera mais receita. Então foi feita essa baixa também *one-off* a gente não espera que tenha mais esse patamar de despesa comercial, tá.

Sobre os benefícios fiscais, eu tenho trabalhado bastante aqui com o Marcelo e os assessores legais para a gente ver aqui como é o encadeamento de todas as iniciativas de otimização tributária, considerando esse ágio novo criado, e os ágios já existentes das companhias do grupo. Lembrando, que ambas as companhias já fizeram aquisições e tem ágios a serem aproveitados ainda. Por exemplo, agora Hapvida a partir do 4T começou a se aproveitar do ágio da São Francisco que é um ágio bem grande, estamos falando de R\$ 1,5 bilhões de benefício fiscal. E isso vai perdurar por alguns trimestres ainda.

Então não tem necessidade ainda de a gente se lançar desse ágio novo que foi criado. GNDI é o mesmo, tem aquisições recentes em que a gente está fazendo o planejamento de como vai ser o sequenciamento de utilização desses ágios, para depois a gente pensar como a gente aproveita desse ágio maior da transação grande, que foi concluída agora. Então no fundo, a gente não tem

que ter pressa em usar o ágio. A gente tem que ter pressa em ter menor liquida de imposto possível. Isso a gente já tem munição suficiente das aquisições que já foram feitas no passado para preservar a gente por bastante tempo. E aí com o tempo a gente vai fazendo o planejamento de como usa esse ágio gerado agora. Então esse ágio poderia ser amortizado contabilmente, para efeito caixa as duas companhias já estão com níveis de alíquota efetiva de imposto muito baixo e com bastante munição ainda de ágios existentes para serem aproveitados. Então por enquanto esse sequenciamento está sendo feito, e a gente vai ter esse planejamento agora que vai ser um planejamento dos próximos anos de movimentações societárias, incorporações para a gente estar sempre com esse nível bem baixo de alíquota efetiva.

BEATRIZ ABREU:

Perfeito. Muito Obrigada.

OPERADOR:

A sessão de perguntas e respostas está encerrada e agora gostaríamos de passar a palavra para as considerações finais da Companhia.

IRLAU MACHADO:

Vai lá, Jorge.

JORGE PINHEIRO:

Então é só mais uma vez agradecer aqui Irlau e todo time GNDI, pela comida maravilhosa, que estamos trabalhando juntos. Agradecer muito aos colaboradores dessa empresa combinada. Pelo esforço gigante que tivemos juntos em 2021 e vamos trabalhar juntos, forte em 2022 no sentido da gente cumprir a nossa missão né Irlau de levar medicina de muita qualidade de maneira acessível. Esse é o nosso compromisso maior né. Agradecer ao nosso parceiro investidor por estar junto, nos suportando nesse crescimento né. Vamos em frente. Obrigado Irlau.

IRLAU MACHADO:

Obrigado a você Jorge. Obrigado Marcelo. Obrigado Mauricio, Glauco e Nahuz. Obrigado a vocês investidores e analistas, um forte abraço a todos.

OPERADOR:

A videoconferência de resultados referentes ao 4º trimestre de 2021 do Hapvida está encerrada. A área de Relações com Investidores está à disposição para responder às demais dúvidas e questões. Muito obrigado aos participantes e tenham uma boa tarde.