



## Transcrição da Teleconferência de Resultados do 3T21

### Hapvida (HAPV3)

São Paulo, 12 de novembro de 2021 às 11h.

**Operadora:** Bom dia a todos, e obrigado por aguardarem, sejam muito bem-vindos à videoconferência de divulgação dos resultados do 3º trimestre de 2021 do Hapvida.

Estarão presentes os senhores **Jorge Pinheiro, Presidente, Mauricio Teixeira, Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores e Guilherme Nahuz, Diretor de Relações com Investidores e ESG**. Destaco àqueles que precisarem de tradução simultânea que a ferramenta está 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 da Companhia, todos os participantes estarão com o microfone desabilitado. Em seguida, daremos início à sessão de perguntas e respostas.

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. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deverá ativar o seu microfone para fazer perguntas. Orientamos que as perguntas 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, Presidente:**

Olá a todos e muito obrigado por participarem da divulgação dos resultados do Hapvida, nesse 3º trimestre de 2021.

Os resultados deste trimestre comprovam, mais uma vez, a solidez e resiliência do nosso modelo de negócios, pois através dele conseguimos fazer a melhor travessia neste cenário de pandemia que teve início em março do ano passado. Estamos felizes com o arrefecimento da segunda onda da pandemia no país e muito satisfeitos com o empenho de nossos 38 mil colaboradores e 15 mil médicos e 15 mil dentistas, um time de gigantes, em mais um trimestre em que a empresa pôde demonstrar em plenitude toda a força do seu propósito. Mais uma vez conseguimos atender todos os nossos clientes, com pontualidade, eficiência e o carinho que eles merecem. Pudemos observar uma queda significativa no volume de internações relacionadas à Covid-19 ao longo do terceiro trimestre e início do quarto trimestre. O volume diário de admissões à internação, que chegou a passar de 200 no pico da pandemia, caiu para cerca de 5 a 6 por dia. A média de admissões à internação tem se mantido nesse patamar, de forma estável, desde o início de outubro. Esse movimento consistente nos permitiu desmobilizar, com segurança, todas as estruturas com dedicação exclusiva aos pacientes Covid, que envolveram cerca de 5 mil profissionais médicos e mais de mil e setecentos leitos e que foram desmobilizados em agosto. Estamos, portanto, bastante otimistas com a normalização operacional nos próximos trimestres e esperançosos quando olhamos para o progresso da vacinação no Brasil, que segue avançando com forte adesão da população.

Começando a apresentação, aqui no **slide 3**:

A receita líquida foi de R\$2,6 bilhões, crescimento de 20,3% na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, com forte crescimento orgânico da carteira de clientes e também pela consolidação de aquisições como a Medical, São José, Promed e Premium.

Nos últimos 12 meses, em números absolutos, houve adição líquida de 711 mil beneficiários de saúde e 168 mil em odonto, aumentos de 20,0% e 5,9%, respectivamente. Permanecemos consistentes na nossa trajetória de crescimento da carteira de clientes também de forma orgânica, adicionando 116 mil clientes em planos de saúde e 159 mil em planos odontológicos, com o desempenho comercial melhorando a cada trimestre. Somente neste tri, adicionamos 29 mil vidas de saúde e 64 mil vidas de odonto de forma orgânica, números que impressionam num mercado ainda em recuperação. O início do quarto trimestre já demonstra uma aceleração nos canais de varejo e sobretudo no canal corporativo, inclusive com vários contratos já assinados, alguns com data de implementação ainda dentro do quarto trimestre. Uma outra boa notícia é que temos observado uma maior adesão de novos beneficiários a contratos corporativos existentes.



A nossa sinistralidade caixa foi de 67,9%, 1.3 ponto percentual maior quando comparada com 2T21. Fazendo uma análise mais aprofundada desse número, temos alguns fatores importantes que a gente gostaria de detalhar aqui:

Primeiro, é o efeito dessa cauda de gastos relacionados à Covid. Tivemos um volume alto de internações no segundo trimestre e uma forte redução ao longo do terceiro trimestre. Mas há um *lag* natural nas contas médicas. Na rede própria, a cobrança se dá em cerca de 30 dias. Mas na rede credenciada, esse prazo é de 60 dias podendo, em alguns casos, se estender em até 90 dias. Os custos relacionados à Covid-19 representaram 3,4 pontos percentuais na sinistralidade do trimestre. Como desmobilizamos todas as estruturas relacionadas a Covid, como mencionei agora há pouco, a expectativa é de que os gastos com covid sejam irrelevantes, a partir do quarto trimestre inclusive. Nas operações mais maduras da Companhia, a gente caminha com força para os nossos patamares históricos de sinistralidade.

O segundo ponto é o custo assistencial oriundo das empresas recém-adquiridas, que ainda operam em patamares mais elevados, notadamente Promed e Premium de Belo Horizonte. Ambas com sinistralidade de entrada superior a 100%. Somente essas duas contribuíram para quase 2 pontos percentuais na sinistralidade do trimestre. Aqui a gente está fazendo um trabalho grande de ajuste e incremento da rede assistencial própria, que deve durar cerca de 24 meses desde a nossa assunção, conforme a gente já havia mencionado. E a gente vai trazer a sinistralidade dessa região para os mesmos patamares das operações maduras nesse período.

O terceiro ponto é o Grupo São Francisco. A gente fez essa aquisição, muito grande e relevante, com um objetivo de atingir certas metas financeiras e operacionais. Na sinistralidade, nossa meta era buscar algo perto de 65%. Já que São Francisco tem metade das suas operações atendidas em unidades próprias e a outra metade em rede credenciada. Excluindo os efeitos covid, atingimos esta meta e de maneira antecipada. E ainda não terminamos o desenvolvimento de nossa rede assistencial própria na região, que conta com vários investimentos em curso, como novos hospitais e prontos atendimentos.

Por último, temos o reajuste negativo dos planos individuais, que incrementou em meio ponto percentual na sinistralidade do trimestre. O impacto deve ser um pouco maior no 4T e também no 1T22, como todos já sabem, mas será totalmente recomposto com o reajuste do ano que vem.

Bem, expurgando somente a operação de BH com Promed e Premium e o reajuste negativo dos planos individuais, que representaram 2,4 pontos percentuais, a sinistralidade caixa teria sido de 65,5%.

Agora, excluindo todos os efeitos que citei acima (os gastos relacionados a Covid, empresas recém-adquiridas que operam com a sinistralidade mais elevada e o reajuste negativo dos planos individuais), a sinistralidade caixa teria sido de 61,6% no trimestre e de 59,0% no acumulado do ano, um resultado espetacular na nossa visão, que comprova mais uma vez nossa disciplina operacional. Importante pontuar que nos três trimestres de 2021, mesmo com todos os fatores mencionados acima, nossa sinistralidade caixa permaneceu dentro da casa dos 60%, de maneira única no país. Mais uma vez, nosso modelo de negócios nos permitiu amortecer impactos, como estes muito mais do que o restante do mercado. Vejam que mesmo incluindo todas as situações mencionadas acima, nossa sinistralidade caixa do 9M21, de 65,3%, mostrou-se bem menor do que a do mercado em períodos de normalidade, o que reforça a fortaleza e a sustentabilidade do modelo de negócios e a capacidade de execução do nosso time.



O patamar de SG&A ficou praticamente estável, demonstrando nosso forte controle de despesas. Nosso EBITDA atingiu R\$321,9 milhões. O Hapvida permaneceu, portanto, gerando caixa operacional ao longo de todos os trimestres desse ano, um diferencial relevante em relação ao mercado.

Agora vamos passar para o **slide 4**:

Permanecemos engajados no dimensionamento ideal da rede assistencial própria que nos permite alcançar ganhos na qualidade dos serviços médicos prestados aos nossos beneficiários. Finalizamos o trimestre com um total de 475 unidades assistenciais entre hospitais, prontos atendimentos, clínicas e unidades de diagnóstico. São 10 unidades a mais que no trimestre anterior! E adicionamos 29 unidades nos últimos doze meses! Com isso, encerramos o trimestre com 2.988 leitos, são 852 leitos a mais que no mesmo período do ano anterior quando consideramos somente os leitos ex-covid. Além disso, temos hoje mais 8 hospitais que entrarão para o sistema Hapvida. Alguns foram adquiridos e outros estão em diferentes fases, alguns ainda em planejamento, outros em avançado estágio de construção.

Em linha com nossa estratégia de expansão inorgânica, fomos os vencedores no processo competitivo de aquisição do Grupo HB Saúde, de São José do Rio Preto (SP), com uma carteira de cerca de 128 mil beneficiários de saúde. Adicionalmente, anunciamos a aquisição de dois hospitais, o Madrecor em Uberlândia (MG) e o hospital Viventi, que marcou nossa primeira estrutura própria em Brasília (DF).

Vamos agora no **slide 5**:

Mostramos o *market share* dos segmentos de Saúde e Odonto ao fim do 3T21 na comparação com o mesmo período de 2020. Em saúde, tivemos aumento total de 1,2 ponto percentual, com estabilidade no Nordeste e crescimento em todas as demais regiões. Em Odonto, mantivemos nossa trajetória de crescimento sustentável, com resultado, ganhando 0,2 ponto percentual de *share* no período.

Vamos agora no **slide 6**:

Continuamos comprometidos com a agenda de sustentabilidade. No contexto ambiental, comemoramos o #JulhoSemPlástico dando início ao projeto de substituição do uso de copos plásticos descartáveis em algumas unidades administrativas, deixando de consumir e descartar mais de 1 milhão de copos plásticos por ano. No aspecto social, o Hapvida vem desenvolvendo uma grande frente de trabalho chamada de Projeto Evoluir, com várias ações de compromisso com os nossos colaboradores. Digitalizamos toda a jornada do colaborador e criamos grupos de aliados e afinidades para avançar ainda mais em diversidade. Ainda no contexto social, divulgamos a Cartilha de Assédio e Discriminação do Hapvida, o que reforça a preocupação e respeito que a Companhia tem com esse tema. A cada trimestre avançamos mais um passo, nessa contínua jornada com a convicção que a agenda ASG, é necessária para a sustentabilidade do nosso negócio.

Em outubro, anunciamos duas operações de captação no mercado de capitais - uma emissão de debêntures no montante de R\$2,5 bilhões (inclusive hoje, 12/11); e uma emissão de certificados de recebíveis imobiliários (CRI) no montante de até R\$1,2 bilhão, operação ainda em curso. Os recursos provenientes dessas duas operações, quando efetivadas, serão destinados para fazer frente aos compromissos financeiros oriundos de aquisições e investimentos já divulgados e a serem divulgados, de acordo com a estratégia de expansão orgânica e inorgânica da Companhia. Permanecemos com um balanço robusto, o que nos permitirá continuar participando do



processo de consolidação do mercado de saúde suplementar no Brasil, ainda bastante fragmentado. Os recursos também serão usados para melhorar nossa infraestrutura e acolher nosso beneficiário com ainda mais qualidade.

Em relação ao processo de fusão do Hapvida com o Grupo Notredame Intermédica (GNDI), ele se encontra sob a análise do Cade e segue seu curso normal e esperado, dentro do cronograma inicialmente planejado. Os *clean teams*, com o apoio de nossa consultoria, também evoluíram bastante em suas análises de sinergias nos últimos meses. Em M&A, temos um *pipeline* robusto de ativos em prospecção, em diferentes fases e em diferentes regiões do país, incluindo operadoras de saúde, verticalizadas ou não, e hospitais.

Em integrações, continuamos avançando com muita velocidade. O Grupo América foi totalmente integrado e incorporado em 2020. Em 2021, nosso foco foi o Grupo São Francisco. Agora em outubro, finalizamos com sucesso a maior integração do segmento de operadores de saúde do país realizada até hoje, com absolutamente todas as operações da São Francisco integradas e rodando com o sistema hospitalar Hapvida e com a operadora incorporada pela Hapvida Assistência Médica. Ainda em 2021, agora no quarto trimestre, temos prevista as integrações da Medical e do Grupo São José.

E por fim, também temos aproveitado as oportunidades criadas pelo momento de mercado para recomprar ações 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 mês de outubro, recomparamos 9 milhões e meio de ações perfazendo um total de R\$115 milhões! No segundo semestre até o fim de outubro, já foram recompradas quase 15 milhões de ações totalizando cerca de R\$190 milhões!

Gostaria agora de passar a palavra agora para o nosso CFO, Mauricio Teixeira, que vai detalhar um pouco mais os números do trimestre e, na sequência, seguiremos para a sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado.

**Mauricio Teixeira, CFO:** Muito obrigado Jorge e bom dia a todos.

Jorge já comentou aqui os principais tópicos dos resultados e vou detalhar mais algumas análises aqui para vocês

Passando para o **slide 7**, podemos ver a variação da receita e dos seus respectivos *drivers* de crescimento.

A receita líquida no 3T21 cresceu 20,3% quando comparada ao 3T20 influenciada principalmente:

- pelo aumento orgânico de 116 mil vidas na base de beneficiários de saúde e 159 mil vidas de beneficiários de Odonto;
- também pelo aumento de 1,3% no ticket médio de saúde consolidado. Para referência, esse aumento teria sido de 3,8% se desconsideramos as empresas adquiridas, que não existiam no período comparativo. Já que elas possuem um ticket médio mais baixo;



- outro impacto no ticket já mencionado, foi o reajuste negativo dos planos individuais, reduzindo a receita do trimestre em R\$20,6 milhões e no acumulado do ano, R\$25,8 milhões. Sem esse efeito no reajuste e o mix das adquiridas que já comentei, o ticket teria subido 4,7%;
- no inorgânico, a receita foi beneficiada no trimestre pela contribuição de R\$47,9 milhões da Medical; R\$42,9 milhões do Grupo São José e R\$125,3 milhões da Promed e R\$46,3 milhões da Premium Saúde (essa consolidada apenas agosto e setembro/21).

No **slide 8**, mostramos a evolução diária das internações devido ao Covid, desde o início da pandemia, com forte redução ao longo do terceiro trimestre. Apesar desta queda, como já mencionado pelo Jorge, ainda houve um impacto alto de despesas médicas relacionadas à Covid, pelo *lag* na apresentação das contas médicas. Vejam que no quarto trimestre, até o momento, a média diária de admissões Covid ficou em bastante estável, num patamar muito baixo. Sem a necessidade de estrutura dedicadas ou adicionais para esses atendimentos.

Passando para o **slide 9**, demonstramos no gráfico superior a composição da sinistralidade nos últimos trimestres e no acumulado do ano. Podemos ver que a sinistralidade caixa foi de 67,9% no 3T21 e de 65,3% no ano. Detalhando mais um pouco os impactos, podemos ver que os gastos relacionados a Covid foram de R\$87,7 milhões no 3T21 contra R\$49,7 milhões no 3T20. E somente nesse ano para enfrentar a pandemia, foram gastos R\$334,8 milhões contra R\$99,3 milhões no mesmo período do ano passado.

Tivemos também aumento no volume de atendimentos, exames e procedimentos eletivos, não só pelo retorno aos níveis pré-pandêmicos, mas também pelo volume gerado pelo endereçamento do *backlog* de cirurgias eletivas. Quando comparado o 3T21 ao 2T21, houve aumento de 20% no volume de consultas, aproximadamente 9% em exames e cerca de 10 mil cirurgias adicionais. Importante ressaltar que esse *backlog* de cirurgias foi zerado no terceiro trimestre.

Outro impacto negativo é a consolidação do maior patamar de sinistralidade das empresas adquiridas (Medical, São José, Promed e Premium) que não estavam presentes no período comparativo.

A sinistralidade dessas empresas está em trajetória decrescente, devido às iniciativas de integração, mas ainda em patamar superior ao nosso padrão. Para referência, essas quatro operadoras juntas apresentaram uma sinistralidade total de 84,2% no 3T21. Tivemos ainda o impacto do dissídio coletivo e contratação de novos colaboradores, incluindo gastos com pessoal das novas unidades.

O índice de sinistralidade total foi de 72,3% no 3T21 e 69,6% no 9M21, um aumento de 11,9 p.p. e 10,8 p.p. versus os períodos comparativos, devido a maior constituição de Peona, em virtude do retorno dos procedimentos eletivos na rede credenciada; aumento do ressarcimento ao SUS, que vamos detalhar mais a frente e aumento da depreciação e amortização, devido ao maior número de unidades assistenciais, tanto de crescimento orgânico como inorgânico.



No **slide 10**, temos o detalhamento da provisão de ressarcimento ao SUS. O impacto líquido no sinistro das diversas provisões do ReSUS foi de R\$45,1 milhões no 3T21 e de R\$162 no acumulado do ano. No período comparativo (3T20), houve redução relevante dos valores provisionados, lá em 2020, pela suspensão dos prazos regulatórios naquele período. A cobrança deste trimestre, está mais alinhada com as nossas expectativas de cobrança normalizada e recorrente ao ReSUS.

No **slide 11**, apresentamos o percentual de representatividade do valor da provisão do ressarcimento ao SUS, que veio caindo em relação ao sinistro total da companhia até o 1T21 (que considera nesse caso, o denominador referente ao 1T20, pelo *lag* médio de 12 meses). Para a ABI recebida nesse trimestre, que se refere a procedimentos realizados, majoritariamente no 3T20, o valor nominal é similar ao histórico dos últimos 15 trimestres, mas o percentual dos últimos dois trimestres foi mais elevado, em virtude do sinistro que é o denominador, abaixo do histórico no 2T20 e 3T20, pela suspensão das eletivas.

Trouxemos um slide adicional na **página 12**, como teria sido a nossa sinistralidade caixa do 3T21, se desconsiderássemos os efeitos dos gastos adicionais com Covid de R\$87,7 milhões, o maior patamar de sinistralidade das adquiridas e o reajuste negativo dos planos individuais. O índice teria sido de 61,6% no 3T21 e de 59,0% no 9M21, em linha com nossa sinistralidade histórica, como o Jorge já explicou no início do call.

No **slide 13** apresentamos as nossas despesas operacionais.

O índice de despesas de vendas foi de 6,6% no 3T21 e de 7,0% no 9M21, redução de 1,3 p.p e de 1,0 p.p., respectivamente, na comparação com os mesmos períodos do ano anterior. Essas reduções são justificadas, principalmente, pela redução do nível de inadimplência nos planos individuais e coletivos.

O índice de despesas administrativas foi de 10,6% no 3T21 e 10,2% nos 9M21, um aumento de 1,2 p.p. e 0,5 p.p., respectivamente, na comparação com os mesmos períodos do ano anterior.

Os principais impactos foram:

- dissídio coletivo;
- contratação de novos colaboradores;
- provisões para contingências e
- consultorias e advogados referentes às recentes operações, incluindo o processo de fusão com a GNDI.

No slide seguinte, slide 14, apresentamos o Ebitda Ex-ILP no 3T21 de R\$321,9 milhões, um decréscimo de 37,2% em relação ao ano passado. A margem Ebitda Ex-ILP no 3T21 foi de 12,6%, redução de 11,5 p.p. na mesma comparação. Já no acumulado do ano, o Ebitda Ex-ILP ficou em R\$1,1 bilhão, decréscimo de 30,7% em relação ao 9M20, com margem de 15,1%. Todas as reduções na comparação com o ano anterior são explicadas, majoritariamente, pelo aumento da sinistralidade. Excluindo os custos assistenciais relativos à Covid-19, a Margem Ebitda Ex-ILP e Ex-Covid no caso, teria sido de 16,0% no 3T21 e de 19,7% no 9M21.

O lucro líquido ajustado totalizou R\$178,1 milhões no 3T21, redução de 46,2% na comparação com o ano passado e de R\$655,7 milhões no 9M21, redução de 27,7% na comparação com o



mesmo período do ano anterior, impactado principalmente pela redução do Ebitda devido aos efeitos da pandemia que já discutimos aqui.

No **slide 15**, podemos ver o fluxo de caixa livre ex-aquisições foi positivo em R\$114,1 milhões no 3T21, mas impactado ainda negativamente pela redução do Ebitda que foi R\$220,7 milhões. Nesse trimestre ainda antecipamos, cerca de R\$50 milhões de pagamentos com vencimentos em outubro, aos fornecedores do Grupo São Francisco, de forma a prevenir a qualquer impacto na virada de sistemas ocorridas em 1º de outubro, que foi um sucesso.

Por outro lado, tivemos o efeito positivo de menor pagamento de IR, em relação ao benefício fiscal dos ágios das aquisições. Com M&A, consumimos R\$114,2 milhões no trimestre para pagamentos da Promed e a Premium.

Para finalizar, cabe destacar e reforçar que durante esse período crítico da pandemia, a Companhia continuou gerando caixa operacional em todo o período. Mostrando a força do do nosso modelo de negócio e a entrega do nosso time.

Ficamos agora à disposição para a sessão de perguntas e respostas.

**Operadora:** 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.

Vamos a nossa primeira pergunta. É do Fred Mendes, *Bank of America*, abriremos o seu áudio para que você possa realizar sua pergunta.

Fred, por favor, pode prosseguir.

**Fred Mendes:** Obrigado, bom dia a todos. Vocês me escutam bem aí?

**Operadora:** Perfeitamente.

**Fred Mendes:** Perfeito, obrigado. Tenho duas perguntas aqui. A primeira delas vocês já mencionaram, mas só para a gente ter aqui um pouco mais de visibilidade dos números nos próximos tris. É, qual que é a confiança da empresa que todo o *backlog* ou grande parte dele, relacionado ao Covid, as eletivas que ficaram para trás, já foram totalmente repassadas nesse trimestre? A gente não deve ver novos impactos nos próximos trimestres? Essa é a primeira pergunta.





E a segunda pergunta é, juntando aqui, vendas brutas teve uma ligeira queda de 40mil vidas. E quando eu olho, o valor de comissão ele teve um aumento forte de 17%, tri contra tri. Eu entendo que tem *delay*, mas só se pudessem falar um pouco mais sobre essa linha. E se eventualmente teve algum aumento de comissão por vida, digamos assim. Para dar um *boost* nas vendas brutas? Obrigado pelo pessoal.

**Jorge Pinheiro:** Oi Fred, obrigado pelas suas perguntas. Com relação ao backlog de cirurgias é simples, a gente acompanha todas as solicitações cirúrgicas pelo aniversário da data de solicitação. A gente tem segurança que todos os procedimentos cirúrgicos que foram solicitados e não realizados durante o 2T21, durante o período da pandemia. Todos já foram entregues, não temos mais backlog.

A boa notícia, é que hoje o ritmo de novas solicitações cirúrgicas para operações maduras já está em níveis pré-covid. Então o que sai hoje, de novas solicitações já voltamos a normalidade. É claro que com relação as adquiridas, em especial Belo Horizonte, que é uma operação jovem. Ainda há um ritmo de solicitações superior ao nosso volume histórico, coisa que a gente deve ao longo dos próximos dois anos, é com certeza, com instalação de rede própria ter mais recursos a gente deve enquadrar dentro dos nossos indicadores assistenciais. Mas a gente tá bem seguro de que esse *backlog*, foi de fato resolvido e o 4T, por exemplo, não deverá ter mais efeitos da pandemia ou então se tiver, serão irrelevantes. Vou passar ao Maurício, para ele responder a segunda parte. Tá Fred? Obrigado.

**Fred Mendes:** Obrigado Jorge.

**Mauricio Teixeira:** Oi Fred, obrigado pela pergunta. Em relação a comissões de venda. Primeiro tem um ponto que essas comissões são deferidas pelo prazo médio do contrato. Então, o que a gente vê na contabilidade do trimestre, se referem as vendas que aconteceram no passado também. Então não é diretamente proporcional as vendas do trimestre. Então esse é um efeito que não para fazer uma proporção direta e lembrando também que no 4T20 e no 1T21, a gente alongou um pouco mais esse prazo médio por conta da maior permanência dos clientes.

A gente diferiu que fez com que tivesse uma redução no começo do ano nessas comissões e agora voltou ao patamar normal, porque já está no *run rate*, do que entra e sai de deferimento. E aí um outro efeito, que pondera um pouco as comissões para cima, é o maior mix de plano individual. Plano individual tem um comissionamento mais alto e o crescimento das vendas, teve um apelo forte aí das vendas no individual.

**Fred Mendes:** Perfeito. Jorge, Mauricio. Super claro, obrigado.

**Operadora:** Nossa primeira pergunta. É do Leandro Bastos. Leandro, abriremos o seu áudio para que você possa realizar sua pergunta. Pode prosseguir Leandro.

**Leandro Bastos:** Obrigado pessoal. Bom dia. Do meu lado são duas aqui é a primeira sobre sinistralidade ainda. Acho que está clara a mensagem de normalização para a frente, se vocês puderem comentar, como que a sinistralidade evoluiu dentro do trimestre? Um pouco da figura mês a mês, para a gente tem que mais um input de tendência daqui para frente? Então essa seria uma pergunta e a segunda falando um pouco de dinâmica comercial, né? O Jorge comentou que vocês já vêm no quarto trimestre, com uma dinâmica positiva, tanto no varejo, quanto em contratos corporativos. Então só queria aqui pegar um pouco do sentimento do



que mais anima na parte de vendas, um ambiente competitivo mais racional, algum ajuste no portfólio de produtos ou seria o macro mesmo, com a situação pandêmica mais endereçada?

É isso pessoal, obrigado.

**Jorge Pinheiro:** Oi Leandro, obrigado pelas tuas perguntas. Com relação a sinistralidade, tá? Poxa vida, primeiro mais uma vez ressaltar aqui que a gente está bem satisfeito com o que aconteceu no 3º tri, em função de tudo que vocês viram no mercado e a nossa empresa manteve-se ainda no patamar, na casa dos 60%, mesmo tendo trazido BH, que trouxe mais de 100% de sinistralidade. Estou falando de quase 500 mil vidas, devolvendo dinheiro do reajuste dos planos individuais e pagando toda essa conta Covid, vinda do 2º tri e pagou toda essa conta médica durante esse período e início do 3º tri. Então, poxa, durante esse período a empresa ainda poder gerar caixa e manteve-se toda essa atividade e essa geração de caixa, nos permitindo continuar expandindo orgânica e inorganicamente, fazendo aquisições. É sim, é inigualável, então time todo tá de parabéns para a gente ter passado da melhor forma possível por esse período tá? Falando da dinâmica da sinistralidade do 3º tri, é importante falar de dois aspectos diferentes, primeiro do ponto de vista de atendimento, veja que no mês de julho, ainda primeiro mês do tri, ainda foi carregado de internações, ainda vinha forte. Já o mês de agosto, do ponto de vista de atendimento, foi o mês marcado pela desmobilização das unidades, a gente contratou mais de 5 mil profissionais, abrimos quase 2.000 leitos exclusivos dedicados a Covid. E o mês de agosto foi marcar desmobilização. E com relação ao mês de setembro, foi o mês que começou a vir a estabilização da baixa de novos atendimentos.

Ou seja, do ponto de vista de atendimento a gente notou julho ainda forte, um agosto reduzindo, que nos possibilitou desmobilizar tudo e o setembro, na baixa de atendimento, né? Agora no ponto de vista de sinistralidade, como a gente falou antes, há um descompasso naturalmente, entre atendimento e a sinistralidade caixa. Portanto, para ser mais claro, mês de julho, a gente pagou o custo médico de junho e de maio. Por isso, é que ele ainda veio mais forte. O mês de agosto, apesar de ter sido o mês das desmobilizações, a gente ainda pagou um julho, que ainda foi forte e um junho forte. Já o mês de setembro, mostrou uma tendência bem diferente, que a gente pagou o mês de agosto, que mesmo marcado pelas desmobilizações. A gente já entrou o mês de agosto desmobilizando. Então já mostrou uma redução forte, né? Na sinistralidade caixa do mês de setembro em relação a agosto e em relação a naturalmente a julho. Ou seja, dentro da dinâmica normal. De modo que olhando para frente, a gente espera que o quarto tri, seja realmente muito pouco ou irrelevantemente afetado pela Covid, que é uma notícia maravilhosa.

Bem, com relação a tua segunda pergunta de crescimento. Olha, estamos bem otimistas. A gente está bem seguro de que o 4º tri tem todas as possibilidades de ser o maior e o melhor período de vendas de todo ano. A gente sai do primeiro tri, ali quase que empatando. Um segundo tri, crescemos 23 mil vidas e no terceiro tri, já chegamos quase ali nas 30 mil e agora o quarto tri será melhor do ano. Eu acho que a gente volta no quarto tri, a um crescimento dentro de níveis históricos, que é uma notícia excelente. E fazendo uma quebra por canal, o Mauricio acabou de falar aqui, que o varejo saiu mais rápido da pandemia, que é mais fácil de venda de planos varejo. Enquanto no corporativo que estava um pouco congelado, é difícil fazer mudança de planos corporativos ainda durante a pandemia pelo fato, de termos vários pacientes internados em unidade de terapia intensiva. É difícil fazer a mudança de planos, mas o terceiro tri, ele foi marcado por muitas oportunidades de crescimento do plano corporativo, que começam a ser concretizar agora no quarto tri. Nós já temos vários contratos assinados, de grandes empresas. Uma delas, por exemplo, com quase 10 mil vidas que a gente tinha



descontinuado, porque estava mal precificada no início do ano e agora, voltou para a gente com uma precificação mais justa.

Assim como outras duas empresas. Eu lembro que no início do ano, a gente descontinuou quatro empresas, todas pelo mesmo motivo. E 3 já voltaram agora. Já assinaram e estão sendo implantadas no quarto tri e uma última que será implantada no início do próximo ano. Então o corporativo traz ótimas notícias de crescimento e com vários contratos já assinados. E por fim, a outra boa notícia, vem das adesões. A gente nota que as empresas clientes estão hoje no maior nível de adesões, desde o início do ano. Que mostra que as empresas estão mais confiantes, voltaram empregar, voltar a contratar e o nível de adesões tem batido recordes pelo menos comparado aos outros três trimestres do ano.

**Leandro Bastos:** Perfeito Jorge. Obrigado. Bom dia.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta é do Samuel Alves do BTG Pactual. Samuel, iremos habilitar o seu áudio, para que você possa prosseguir. Pode prosseguir Samuel.

**Samuel Alves:** Obrigado, bom dia a todos. Bom dia, Dr. Jorge, Maurício. São duas perguntas aqui do meu lado. As duas de temas que vocês já abordaram, mas só para ser um pouco mais preciso. A primeira delas ainda sobre o tema de crescimento orgânico, talvez falando um pouco mais do passado do que do futuro. A gente notou né, uma aceleração líquida orgânica no trimestre, mas ela ainda é pequena. Seria mais para ouvir vocês um pouco com relação a esse tema né? Se isso daí se deve a um padrão ainda elevado de *churn* nas geografias que vocês atuam? É para entender mais as razões do *net adds* ainda não tem crescido muito? Essa é a primeira pergunta.

E a segunda, é sobre sinistralidade. Dr. Jorge, até comentou na fala inicial dele, de que a sinistralidade foi naturalmente impactada pela consolidação dos M&As recentes e que vocês esperam convergir, essa sinistralidade para padrões das operações maduras, né? É só para validar o entendimento, então vocês imaginam que a partir de quando estiverem alcançados dois anos da consolidação de cada um dos ativos, vocês imaginam que esses ativos consolidados vão rodar na sinistralidade da Companhia combinada antes da consolidação desses ativos, correto? Obrigado.

**Jorge Pinheiro:** Oi Samuel, ótimas perguntas e obrigado. Voltando aqui ao crescimento orgânico, tá? A dinâmica que nós observamos aqui, vocês devem lembrar que na primeira onda da pandemia, também no período da primeira onda foi fraco de vendas e logo depois a gente notou um aquecimento. Aqui no segundo da segunda onda a gente tá anotando comportamento parecido, com arrefecimento da segunda onda, os canais varejo, eles aceleraram, mas as grandes empresas, a gente tem grandes contratos com grandes empresas, o canal corporativo é importante para gente. Eles demoram um pouco mais para aquecerem, pelo fato de as negociações serem mais difíceis durante o período da pandemia e também mais difícil fazer a troca do produto. Mas as negociações foram intensas, já no 2º e 3º tri e como eu já falei, temos ótimas notícias para o quarto e para já o início do ano. Contratos já assinados e com muitas vidas. Outra coisa que é importante ressaltar, é que há diferenças regionais, a economia ela volta historicamente em ritmos diferentes. São Paulo e Sudeste, ela volta um pouco mais acelerada, isso traz a reboque outras regiões. E a gente tem notado isso também. Algumas regiões começaram mais rápido, aqueceram mais rápido após a pandemia.



A gente já nota, por exemplo, o Nordeste hoje com mais atividade, o Norte com mais atividade também. Inclusive alguns desses contratos que eu citei, são em regiões que não estão no Sudeste. Regiões que estão trazendo equilíbrio maior no varejo e corporativo, que é tudo que a gente espera, né? Estamos muito confiantes, pelo menos pelo que já está apresentado até hoje e pelo que ainda será implantado. E que no quarto tri, a gente volta a níveis históricos de crescimento. Recompondo algo que sempre para a gente foi histórico. Crescimento orgânico, sempre para a gente foi muito forte. E nos permitindo ganhar *share*, em todas as regiões. A gente nota uma grande competitividade dos nossos produtos do varejo e sempre foi no corporativo e agora com novas possibilidades no corporativo. Com relação a sinistralidade, como devemos imaginar sinistralidade de Hapvida? Vamos dividir elas em alguns *clusters*.

O primeiro falo de Hapvida e operações mais maduras, que entrou aqui América, entrou RN, entre outras que estão mais maduras. Aqui a gente deve olhar um pouco para frente, com uma tendência muito sólida de voltar a um patamar histórico de sinistralidade de qualidade do Hapvida, girando, gravitando em torno de 60%. Variando para mais ou pra menos, mas voltando para uma estabilidade. O segundo *cluster* é São Francisco, que pelo tamanho e relevância temos uma dinâmica diferente. Nossa sinistralidade para São Francisco é em torno de 65%, isso porque a metade da São Francisco se utiliza de rede credenciada. Que a sinistralidade está mais perto de 70%. Já a outra metade da São Francisco, mais próxima dos 60%, essa combinação alvo para ela é 65%. A gente já vinha atingindo isso. Isso é ótima notícia, lembro a vocês que a gente já havia planejado essa meta para São Francisco em quatro anos! E a gente conseguiu reduzir pela metade. Chegando a sinistralidade alvo em São Francisco, ainda tendo muitas oportunidades de melhoria, por exemplo, no interior de São Paulo, são três hospitais em construção. Acabamos de fazer uma aquisição aqui ainda vai ser integrada lá em São José do Rio Preto, que vai aumentar o nível de verticalização, inclusive em vidas. A gente já tinha na região, postos de coleta. Esse ano ainda tem muita coisa de diagnóstico por imagem em São José dos Campos, em Limeira, ou seja, ainda tem muita coisa ainda para fazer e a gente já atingiu aquilo que a gente planejou para São Francisco.

E aí eu traria um terceiro *cluster*, que é Belo Horizonte, trazendo Premium e Promed. Essas duas empresas, elas começam agora com mais de 100% de sinistralidade. Agora atuando principalmente em rede aberta. Nosso plano para lá, já está plenamente detalhado. A gente está em franca implementação dele. Já conseguimos reduzir fortemente mesmo em pouco tempo, a sinistralidade dessas duas. Devemos observar especialmente para essas duas empresas, um plano de correção do ativo que levará dois anos, especificamente para essas duas empresas. Então quando você pergunta, quanto tempo leva cada ativo, a gente tem um plano individualizado para cada um deles. Ativos em que a gente consegue com mais velocidade, trazer resultado outros ativos, não tanto. Mas a gente vem sendo muito transparente com o mercado. Do mesmo jeito São Francisco, que falamos quatro anos e antecipamos, aí América que vocês lembram, que falamos em 30 meses e nós já entregamos América. A gente está agora vislumbrando fazer BH em dois anos. Então, estamos com disciplina operacional enorme, com uma área de integrações de operações atuando com muita velocidade e a gente vem conseguindo sempre, mas olha, invariavelmente em qualquer dos ativos, nós estamos conseguindo antecipar nosso plano de integração de resultados.

**Samuel Alves:** Super claro, Dr. Jorge. Obrigado, um abraço.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta é do Vinícius Ribeiro do UBS. Vinícius, iremos habilitar o seu áudio, para que você possa prosseguir. Pode prosseguir Vinícius.



**Vinicius Ribeiro:** Bom dia a todos. Obrigado por pegarem minha pergunta. São duas aqui do nosso lado. A primeira falando sobre o quatro tri, como é que vocês têm visto a dinâmica de ticket? Como tem sido a negociação de preço, a luz de desses últimos 18 meses, de tudo que aconteceu com as frequências e postergação de reajuste e tudo mais? E a segunda, é aproveitar o comentário do Jorge na pergunta anterior sobre as regiões, vou pedir para vocês darem uma cor, um pouquinho maior sobre expectativa de crescimento por praça para 2022? E se pudesse pensar nas variáveis ticket, competição e eventual lançamento de novos produtos à medida que as estruturas sejam menos ocupadas com o Covid? Obrigado.

**Jorge Pinheiro:** Oi Vinicius, muito obrigado pelas suas perguntas. Com relação a ticket, o que a gente deve esperar tá? Novas vendas, nós implementamos dois reajustes nesse ano. Um no início, no 1º tri, em torno de 4% e um segundo, no início do segundo semestre, também em torno de 4%. Então, novas vendas comparando com o mesmo período do ano passado, deverá ter um aumento de ticket em torno de 8%. Com relação a base de clientes de planos coletivos, que entram pequenas empresas, o *affinity* e grandes empresas, a gente tem observado algo em torno de 8,14%. Esse é reajuste médio que a gente tem visto ao longo desse período. E por fim, com relação a planos individuais e o que já é amplamente conhecido, nós estamos devolvendo aos usuários, através de um reajuste negativo, que será não só compensado, como também, deveremos ter adicional do reajuste do próximo ano, a partir de maio de 2022. Então essa é a dinâmica de ticket médio. Com relação a crescimento por praça, mesmo em cidades que a gente tem uma alta penetração, mesmo nelas, a gente prevê crescimento. Agora, as metas são personalizadas, customizadas. Então, tenho meta para Goiânia, tenho meta Anápolis, para crescimento em Manaus, Fortaleza, Recife, Ribeirão Preto, para Joinville, BH. Temos metas diferentes de acordo com a penetração existentes nas praças e também sob a nossa capacidade de rede própria. Somos mais agressivos quando a rede própria já está pronta. Então falando, é um plano bastante detalhado, cidade a cidade, de acordo com todas essas variáveis.

Só para lembrar, esses dois reajustes que a gente faz anualmente já são usuais das operações. Só quebramos, para que não tenha impacto maior no usuário. Então a gente sempre quebra em dois reajustes, ao em vez de fazer 8% em janeiro, a gente faz dois de 4%. Esse tem sido nosso histórico. Obrigado.

**Vinicius Ribeiro:** Perfeito Jorge. Eu que agradeço. Obrigado pelas respostas.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta é do Maurício Cepeda do Credit Suisse. Maurício, iremos habilitar o seu áudio, para que você possa prosseguir. Maurício, pode prosseguir.

**Maurício Cepeda:** Obrigado. Dr. Jorge. Mauricio. Obrigado pelo tempo, é o Cepeda do Credit Suisse. Não vou ser muito criativo, vou voltar em alguns temas anteriores aqui, mas em um outro ponto de vista, né? Falando do crescimento orgânico. Se pudessem dar uma pouco mais de noção dessa realidade do que tá acontecendo no campo, né? Com quem vocês têm competido, né? Quem estão disputando essas vidas orgânicas com vocês? Obviamente no corporativo e adesão, pois no individual vocês tem uma certa uma certa vantagem, mas com quem tem disputado? Quando a gente vê esses cancelamentos de base, vocês estão perdendo para alguém ou simplesmente as vidas estão diminuindo? E para que tipo de perfil vocês estão perdendo essas vidas? Que ainda é um número significativo. E a segunda pergunta, é um pouco mais de verticalização, quais são as perspectivas para frente de criar redes próprias? Principalmente nos lugares novos, onde vocês já conseguem ter ofertas novas em função de uma verticalização estabelecida? E qual que é o *time*, para vocês conseguirem uma verticalização um pouco mais abrangente no país? E a terceira pergunta sobre o próprio



*backlog*. Acho que foi respondido que você tem monitorado pela data de solicitação, mas se não haveria uma possibilidade, agora que as pessoas voltaram a fazer teste de rastreamento, né, que ficou muito represado, se isso também não pode criar uma demanda represada de procedimentos eletivos para frente? Muito obrigado.

**Jorge Pinheiro:** Oi Maurício, muito obrigado pelas tuas perguntas. Primeiro com relação a competição em crescimento. Olha, o que a gente notou foi mais ou menos assim, dentre os grandes *players*, não notamos nem um momento diferente daquele usual, que já estávamos habituados. A gente notou no ano passado com a postergação de procedimentos eletivos, principalmente pequenas e médias empresas. Pontualmente, localmente, um nível maior de agressividade. Então numa cidade A, B, C, a gente via alguém sendo mais agressivo ali no pequeno e média empresa, ali no individual. E foi um comportamento atípico, olha, logo depois que a segunda onda da pandemia veio e notadamente agora que essas empresas têm que devolver o plano, parte do reajuste no individual, a gente ter notado que essas empresas estão perdendo o fôlego. E muito. Então invariavelmente que eu vejo essas pequenas e médias empresas que foram mais atrevidas, vamos chamar assim. Elas têm sofrido. Isso tem trazido duas oportunidades para gente. Primeira oportunidade de ponto de vista orgânico. Porque esses *players*, estão tendo que compensar o reajuste em outros canais. Já que no individual, eles têm que devolver dinheiro para o usuário, né? E tiveram toda essa conta para pagar do Covid e não fizeram caixa. Então a gente tem notado que perderam a agressividade, compensando caixa com outros canais. Então é uma oportunidade de crescimento orgânico como também inorgânico. Nós temos vários projetos na área de M&A em curso. Muitas das empresas que estavam com portas fechadas para negociação vieram para mesa. E como falei temos vários *MOUs* assinados. Tem muita coisa em *due diligence* e a gente vai passar agora por um período de normalização, com essas pequenas e médias empresas voltando a realidade e tendo pouco mais de responsabilidade e trazendo para gente gigantes oportunidades de crescimento. Não vejo de maneira estrutural, absolutamente nenhum competidor com capacidade, não fazer preço, mas ter uma de custos que possa essencialmente nos afrontar na maioria das regiões que a gente atua. Nós temos uma disciplina gigante de continuar cada vez mais investindo nosso modelo, investindo em mais rede própria, muita tecnologia, muito acolhimento para que o nosso produto seja sempre mais competitivo. Então não vejo nenhum *player*, que essencialmente e com estrutura de custo e com um balanceamento entre custo e qualidade, capaz de fazer o enfrentamento, de uma maneira mais robusta.

Em relação ao segundo ponto, verticalização. São muitas as frentes, mas vou te dar alguns exemplos. No Centro-Oeste, a gente está construindo um hospital em Campina Grande. Agora em Brasília, fizemos a aquisição de um hospital que vamos verticalizar lá. Estamos construindo um hospital em Anápolis, dentre outros. No Norte, por exemplo, a gente está entregando um novo hospital pediátrico em Manaus, verticalizando nessa especialidade, dando maior poder de fogo assistencial e comercial. Dois hospitais novos em construção, um pediátrico e um geral em Recife e outras oportunidades também. No Sudeste, nós temos BH, que temos um plano de implementação de várias unidades próprias, laboratórios, diagnósticos por imagem, em consultas. Temos previsto a ampliação da nossa rede hospitalar. No Triângulo Mineiro, acabamos de anunciar a aquisição de hospital em Uberlândia, que só faltava isso para gente verticalizar operações de RN. No interior de São Paulo, temos várias frentes também, temos três hospitais em construção, tem uma série de projetos de verticalização ambulatorial. Ou seja, a gente segue firme o nosso propósito. A gente sabe que é o modelo mais, e aí veja que esse ano, nesse período de pandemia, de janeiro a setembro, nós fizemos 65% de sinistralidade caixa, mesmo fazendo muitas aquisições e absorvendo todo o impacto da



pandemia. O que mostra toda a resiliência do nosso modelo e isso nos dá muita competitividade. São muitos projetos em curso e a gente segue firme na implementação deles.

Com relação a tua última pergunta sobre *backlog*. A gente não tem observado essa sua preocupação. A gente monitora diariamente o volume do novas solicitações e pelo menos pelos últimos dias, ele tem estado em níveis normais pré-pandêmicos. Não observamos nenhuma anormalidade nesse sentido.

**Maurício Cepeda:** Perfeitíssimo. Obrigado pela clareza.

**Jorge Pinheiro:** Obrigado Cepeda.

**Operadora:** Não havendo mais perguntas, a sessão de perguntas e respostas está encerrada. Agora gostaríamos de passar a palavra para as considerações finais da Companhia.

**Jorge Pinheiro:** Agradecemos bastante a todos os colaboradores, pela luta gigantesca, por termos passado por essa segunda onda. Agradecer aos nossos parceiros, investidores por acreditarem nesse sonho e estamos muito esperançosos de fazer um quarto trimestre maravilhoso. Um quarto tri de crescimento, de aquisições, de integrações, de normalidade de nossas operações, tendo passado por esse período desafiador. Muito obrigado, muito obrigado a todos e um grande abraço.

**Operadora:** A videoconferência de resultados referentes ao 3º 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.

\*\*\*