



Transcrição de Teleconferência

Hapvida

Resultados do 1T24

Operador

Olá a todos, e obrigado por aguardarem. Sejam muito bem-vindos à divulgação dos resultados do 1º trimestre de 2024 da Hapvida. Estarão presentes os senhores Jorge Pinheiro, CEO, Luccas Augusto Adib, Vice-Presidente Financeiro e Guilherme Nahuz, Diretor de Relações com Investidores. Destaco àqueles que precisarem de tradução simultânea que a ferramenta está disponível na plataforma. Para acessar, basta clicar no botão "*Interpretation*" e escolher a opção inglês.

Este evento está sendo gravado e será disponibilizado no site de RI da companhia juntamente com o material completo dos resultados. É possível fazer o download da apresentação clicando no ícone de chat. Atenção para os *disclaimers* que norteiam essa divulgação no final da apresentação.

Durante a apresentação da companhia, todos os participantes estarão com o microfone desabilitado. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. Para fazer perguntas, vocês devem clicar no ícone #Q&A# na parte inferior da tela e escrever o seu #NOME#, #EMPRESA# e #IDIOMA#, para entrarem na fila.

Operador

Agora, passarei a palavra ao CEO Jorge Pinheiro, que iniciará a apresentação. Jorge, pode prosseguir por favor.

Jorge Pinheiro – CEO

Olá a todos. Muito obrigado por participarem da teleconferência de resultados do primeiro trimestre de 2024.

Estamos reunidos aqui em São Paulo, eu, o Bello e a Francianne, e em Nova Iorque estão o Luccas, o Guilherme, e o Candido Neto, para compartilhar alguns detalhes com vocês.

Inicialmente, gostaríamos de expressar a nossa solidariedade aos nossos irmãos do Rio Grande do Sul, que estão passando por um momento muito difícil. Lamentamos profundamente as perdas sofridas nesse estado tão querido. Montamos um comitê de crise, com reuniões diárias, onde temos pautado todas as nossas ações, iniciativas para a região.



Apesar das dificuldades, nossa rede de atendimento hospitalar está em pleno funcionamento, com nossos times trabalhando em regime extraordinário. Desenvolvemos rituais operacionais que envolvem times especializados de diversas áreas para garantir os atendimentos e acolhimento aos nossos beneficiários da região no momento em que eles mais precisam.

Um esquema logístico aéreo próprio foi montado para que as nossas unidades funcionem plenamente, com estoques adequados de materiais e medicamentos. Adicionalmente, a empresa tem feito ações sociais na área médica para ajudar as pessoas em geral, minimizando assim as dificuldades que a população tem enfrentado. Também temos dado todo o apoio aos nossos colaboradores da região que estão desabrigados ou desalojados.

A todos aqueles que trabalham no Centro Clínico Gaúcho, no Hospital Humaniza e demais unidades assistenciais da grande Porto Alegre: estamos juntos nessa Batalha.

Começando aqui pelo slide 2 da apresentação, trazemos um panorama geral com alguns destaques financeiros que iremos explorar um pouco mais à frente com o Lucas. Gostaria de comentar alguns deles. O primeiro trimestre de 2024 foi um tri histórico para a gente. Ele abre o ano com resultados excepcionais, que refletem o empenho e disciplina em cada uma das estratégias plantadas ao longo de 2023 e que estão fazendo com que a gente apresente importantes evoluções trimestre após trimestre. E os resultados que estamos entregando vêm das pessoas. Por isso eu agradeço o empenho e dedicação desse time de mais de 65 mil colaboradores e demais prestadores de serviço, médicos, dentistas, etc., que chegam a quase 130 mil pessoas.

A evolução da nossa sinistralidade caixa foi o grande destaque do trimestre, apresentando uma melhoria impressionante de 4,3 p.p. quando comparado ao 1T23. O índice foi de 68%, superando até o tri passado (4T23), que até então era o melhor índice dessa combinação de negócio. Vencendo com folga a sazonalidade histórica. Avançando para o slide 3, eu gostaria de compartilhar um pouco mais sobre os avanços que tivemos no processo de integração. Nos últimos dois anos, várias atividades que precedem a integração de sistemas já foram realizadas em São Paulo, como padronizações operacionais, centralização de supply e compra de materiais e medicamentos e otimização das redes de atendimento, própria e credenciada.

Para 2024, concluiremos a integração das operações da companhia em São Paulo, e já estamos na fase final de implantação de sistemas em nossas unidades assistenciais. Duas ondas de implantação abrangendo cerca de 50 unidades assistenciais já foram executadas com bastante sucesso. Restam apenas duas fases que acontecerão nos próximos meses, com a última virada de sistemas, o da operadora de saúde, prevista para acontecer no quarto trimestre. Com o fim dessa jornada de integração, teremos uma empresa 100% sistemicamente integrada com importantes ganhos de controle da jornada do cliente e visibilidade integral de todos os nossos indicadores de qualidade assistencial, fundamentais para a nossa gestão.



Entendemos que os investimentos de integração que temos feito também estão sendo refletidos em qualidade assistencial e satisfação do cliente. Por exemplo, olhando para o IGR, que é o índice geral de reclamações, publicado mensalmente pela ANS. O IGR da NDI Saúde vem apresentando melhoras sucessivas, alcançando sua melhor posição nos últimos 16 meses. Se somarmos todas as operadoras do grupo, nossa posição no ranking ficaria em 22, três posições melhor do que a média das grandes operadoras que é de 19.

Importante mencionar nossos esforços no combate à dengue e outras viroses. Estamos atravessando a maior epidemia de dengue da história do país e para isso a companhia vem investindo fortemente na abertura de unidades especializadas e aumentando o número de leitos, cumprindo assim com a nossa missão. Os volumes de atendimentos ambulatoriais de urgência e de exames relacionados à dengue e outras viroses têm sido acima do nosso volume histórico para esse período. Algumas regiões já começaram a apresentar uma redução de volume, mas em outras regiões o volume continua mais acentuado.

Antes de passar a palavra final para o Lucas, que vai detalhar um pouco mais o nosso resultado com vocês, quero concluir reforçando que continuamos focados e com muita disciplina, enfrentando desafios e aproveitando oportunidades em 2024 e trabalhando duro para dar continuidade nas estratégias iniciadas no ano passado. Continuamos a investir no fortalecimento de nossas operações e a buscar o equilíbrio saudável das nossas margens. Novamente, agradecemos a contribuição dos nossos colaboradores, médicos, dentistas, corretores, fornecedores e a confiança do Conselho de Administração, acionistas e, principalmente, a confiança de nossos clientes.

Lucas, pode prosseguir com a apresentação, por favor!

Lucas Adib – CFO

Obrigado, Jorge. Olá a todos e obrigado pela participação. É um prazer muito grande estar com vocês em mais um call de resultados da Hapvida.

Começando aqui pelo slide 4, sobre a receita líquida, com esse gráfico do canto superior esquerdo. Vejam que a Receita Líquida Consolidada cresceu 3,9% no 1T24 contra o 1T23, como já vimos com o Jorge. Passando para o gráfico ao lado, canto superior direito, sobre a nossa Receita com Planos de Saúde, tivemos um avanço de 5,7% frente ao 1T23, puxado pelo aumento de 10,6% no ticket médio. Em odontologia, aqui na parte de baixo do slide, tivemos um avanço de 4% de receita também puxado pelos reajustes de ticket médio de 3,8%.

Na linha de receitas com vendas de serviços e outras atividades, tivemos uma redução de 39,5%. Uma parte relevante dessa redução é por conta da venda de alguns ativos como a São Francisco Resgate e a Maida, que foram vendidos conforme já mencionado. Bom mencionar que na ponta de vendas de serviços temos dois efeitos: primeiro, o reflexo da redução da demanda no trimestre, especialmente janeiro e fevereiro, acompanhando o que vimos em nossas operações e no mercado; segundo, mantivemos e seguiremos mantendo



nossa seletividade na oferta de serviços a terceiros, reduzindo nossa exposição ao risco de crédito e priorizando a nossa capacidade hospitalar com a utilização pelos nossos beneficiários.

Entrando mais no detalhe sobre as movimentações em beneficiários e ticket médio, no slide seguinte, slide 5, a gente perdeu 11 mil vidas de forma líquida, ou seja, praticamente estável no tri contra tri, refletindo uma desaceleração gradual com relação ao que víamos de perda nos últimos trimestres.

Nossas vendas brutas continuam bastante robustas. Foram 480 mil novas vidas adicionadas, contratos de alta qualidade, de produtos verticalizados e numa precificação saudável, em observância ao nosso paradigma de sustentabilidade da carteira. Uma boa notícia também é que voltamos a crescer em praças que estavam em processo de integração, como Minas Gerais.

Já os cancelamentos, de quase 490 mil vidas, são fruto ainda dos reajustes necessários para o equilíbrio econômico dos contratos e os processos de otimização, verticalização e regulação da rede de atendimento. Um ponto positivo também é o turnover, que refletiu um patamar de equilíbrio neste trimestre.

Já aqui na parte de baixo do slide, podemos ver a evolução do ticket médio, avançando 10,6% entre o 1T23 e o 1T24. Ali na primeira coluna, Preço Líquido, tivemos um aumento de 11,4% que reflete os esforços de reajustes de preço, já líquidos dos efeitos de aumento de verticalização e coparticipação nos contratos existentes. Na segunda coluna, temos -0,8% que chamamos de “mix”, que representa de forma líquida a diferença dos tickets médios entre as vendas brutas e os cancelamentos. Essa troca é resultado do nosso foco comercial e de uma maior demanda por produtos mais verticalizados e de ticket menor ao mesmo tempo em que o cancelamento se concentra em contratos com tickets mais altos, mas com maior exposição à rede credenciada, com sinistralidades mais altas, menos sustentáveis. Temos inclusive começado a ver, novamente, uma migração de vidas de seguradoras com tickets mais altos vindo para a gente na nossa grade de produtos mais verticalizados.

Todos os movimentos mencionados acima estão dentro da estratégia da companhia e do plano de recuperação de nossas margens históricas, que segue firme e disciplinado em 2024 e vem sendo executado com rigor e muita disciplina, que é a palavra deste ano.

No próximo slide, slide 6, a gente vai ver como isso se conecta com o nosso principal indicador de desempenho operacional que é a sinistralidade. Apresentamos uma sinistralidade caixa de 68,0% no trimestre, que é uma queda de 4,3 pontos percentuais com relação ao 1T23 e 1,3 ponto contra o 4T23, superando e muito a sazonalidade que indicava um aumento para esse período. Nosso objetivo é, nessa jornada de retomada de margem gradual e responsável, sempre vencer a sazonalidade.



Aqui não tem muita magia ou ciência de foguete, é uma série de iniciativas que implantamos, monitoramos e refinamos todos os dias para entregar essa evolução. Isso tudo casado com o nosso sempre perene objetivo de entregar saúde de qualidade, como vocês podem notar pela nossa melhor posição no IGR na série histórica, como o Jorge mencionou anteriormente. Continuamos trabalhando muito nos reajustes de preços, aumento da verticalização, padronização de protocolos, otimização da rede de prestadores e diversas medidas de controle de custo na ponta. Como resultado, o custo per capita vem desacelerando e a verticalização e os tickets aumentando.

Aqui, como o Jorge já mencionou agora há pouco, é importante lembrar que estamos atravessando talvez a maior epidemia de dengue da história do Brasil e que estamos bastante atentos aos volumes altos de atendimentos ambulatoriais de emergência e de exames. Volumes estes que têm sido bem acentuados e acima do nosso histórico ao longo do mês de março e de abril.

No slide 7, sobre Despesas Administrativas Caixa, que desconsidera os efeitos do SOP, Depreciação, Amortização e não recorrentes, que neste trimestre foram R\$12,3 milhões de baixa de *impairment* da MAIDA. Aqui ficamos meio ponto melhor que o 1T23 e 20 bps acima do 4T23. Neste tri incluímos mais um gráfico, ali no final da página, sobre Pessoal, para auxiliar nas explicações de uma forma mais visual.

Primeiro, tivemos impactos positivos no 4T23 que não se repetiram no 1T24. Nós explicamos isso no tri passado, mas vamos destacar aqui novamente. Foram R\$47,2 milhões de reversões entre remuneração variável de 2023 e a reclassificação de despesas retroativas da equipe de vendas de odonto. Agora nesse tri, fizemos uma reclassificação pontual entre linhas de R\$16,8 milhões de despesas com manutenção de sistemas, saindo de Localização e Funcionamento e passando para Serviços de Terceiros (sem efeito retroativo). Uma mera uma troca de linhas aqui. Também tivemos quase R\$14 milhões com gastos de TI relacionados às viradas de sistemas que impactaram a rubrica de Serviços de Terceiros, em linha com o que temos comentado sobre gastos pontuais com essas integrações.

Voltando para o gráfico de Pessoal, temos impactos positivos de primeiro, \$16,0 milhões de reversão adicional da remuneração variável 2023, após apuração final do atingimento de metas; e R\$15,8 milhões de alocação da remuneração variável para custo (R\$10,5 milhões) e despesa de vendas (R\$5,3 milhões) que ao longo de 2023 foi provisionada integralmente na despesa administrativa. E aqui no final temos uma coluna de “outros” com R\$5 milhões, que corresponde basicamente às provisões de dissídios. Falei isso no call passado e reforço, que devemos observar um comportamento errático nos próximos trimestres, normal e esperado já que existem despesas relacionadas às integrações com viradas e implantações de sistemas que envolvem pessoal de apoio, viagens, convívio temporário de sistemas legados com os sistemas novos, que poderão fazer com que essa linha se comporte para cima ou para baixo. Temos confiança que há espaço para melhoria a partir de iniciativas que vamos empreender na medida em que essas integrações forem se estabilizando. Iniciativas com alcance transversal nas linhas de G&A.



Passando aqui para as despesas de vendas, no slide 8, a gente vê um patamar estável em relação ao trimestre anterior, sem grandes novidades, como já comentamos sobre as realocações entre Despesas Administrativas e as Despesas de Vendas. O *highlight* positivo aqui fica por conta das comissões, por dois motivos: primeiro, pela redução de baixas de custo de aquisição diferido, o agenciamento, por um menor nível de cancelamento de contratos dentro desses prazos de diferimento; segundo, após as implantações de sistemas na Clinipam e NDI Minas Gerais, atualizamos os prazos de diferimento, ficando mais alongados, dentro da nossa esteira de padronização de políticas e processos. A redução de R\$12 milhões em Publicidade & Propaganda é normal, pois a despesa fica temporariamente mais baixa mesmo no início do ano enquanto estruturamos as campanhas para o ano corrente.

Na ponta negativa, menciono aqui a PDD, com um aumento de patamar da ordem de R\$32 milhões, onde estamos, de forma geral, sendo mais conservadores e um pouco mais rigorosos nas avaliações de crédito, impondo uma visão de segurança incremental à luz do IFRS 9. O valor remanescente nessa linha vem de provisão pontual referente a um cliente específico.

Passando para o slide 9, nosso Ebitda ajustado foi de pouco mais de R\$1 bilhão no trimestre, um marco da nossa história como o Jorge mencionou. E apenas recapitulando e resumindo muito brevemente, esse é o maior Ebitda da companhia combinada desde a fusão, fruto de um aumento da Receita Líquida, contínuos esforços em diferentes frentes para o controle e otimização do nosso custo e racionalização das despesas administrativas.

Seguindo para o slide 10, fluxo de caixa, esse capítulo foi uma novidade que trouxemos no tri passado com o intuito de facilitar o entendimento sobre a gestão do nosso caixa, de uma forma gerencial. O Fluxo de Caixa Livre para o primeiro trimestre de 2024, de R\$614 milhões, também veio num volume bastante expressivo com uma conversão de 80% de Ebitda em Caixa Operacional, um patamar extremamente saudável.

Observando a tabela no canto inferior esquerdo, podemos ver consumo de caixa de R\$132 milhões no 1T24, que vem basicamente da seguinte aritmética: R\$614 milhões de geração de Fluxo de Caixa Livre; R\$35 milhões das Atividades de M&A; e com consumo de R\$781 milhões nas Atividades Financeiras, que vou detalhar um pouco mais a frente. Também tivemos uma gestão de capital de giro equilibrada entre clientes e prestadores, onde destacamos os principais consumos de caixa vindos de aluguéis e do pagamento do bônus anual em março, algo que normalmente costumava ocorrer em abril. Mesmo com o bônus apresentamos essa geração substancial.

Registramos o pagamento de R\$94 milhões de IR e CS, lembrando que existe um descasamento entre competência e caixa, o que foi apurado em dezembro é pago janeiro e assim por diante. O valor é expressivo e reflete a rentabilidade das nossas entidades operacionais. É importante lembrar que há um programa de reestruturação societária em curso que deverá ser acentuado uma vez que estejamos 100% integrados do ponto de vista sistêmico.



O CapEx segue bastante controlado, com R\$105 milhões, e investimentos significativos em TI. Estamos projetando um CapEx entre 600 milhões e 1 bi que deve ser um pouco mais acentuado nos próximos trimestres, especialmente se avançarmos nos projetos dos hospitais de São Paulo e Rio de Janeiro, também amplamente divulgados.

No slide seguinte, 11, temos as Atividades de M&A com geração de R\$35 milhões com o recebimento de R\$22 milhões da parcela remanescente da venda da São Francisco Resgate e R\$21 milhões da venda da Maida Health em fevereiro. Já sobre as Atividades Financeiras que consumiram R\$781 milhões, puxado pelo pagamento de R\$840 milhões da quarta emissão de debêntures com os recursos captados no fim do ano passado. Também tivemos uma receita de aplicações financeiras líquida de R\$186 milhões, um rendimento próximo do CDI do período, respeitando a nossa conservadora política de investimentos na alocação do caixa.

Como vocês devem ter visto na semana passada, nosso conselho de administração aprovou a captação de R\$1 bilhão, ao custo de CDI + 1,60% ao ano e vencimento em 2031, para fazer frente aos nossos próximos vencimentos concentrados no 2º semestre de 2024, reperfilando nossa dívida. A liquidação já ocorreu agora no dia 10 de maio e o caixa já está no nosso balanço. Com isso, a Companhia tem mantido seu ritmo disciplinado, gradual e responsável de desalavancagem trimestre após trimestre, reduzindo a dívida líquida em R\$404 milhões e derrubando a alavancagem de 1,38x para 1,13x Ebitda na metodologia do *covenant* contratual de nossas emissões.

Indo para o último slide, antes de abriremos para as perguntas, temos as exigências regulatórias, lembrando que elas são aplicadas somente sobre as operadoras individuais, ou seja, ao tentar comparar com a companhia consolidada haverá diferenças. As Provisões Técnicas tiveram uma retração discreta. Parte foi devido ao aumento das contas médicas a pagar recebidas em março, acompanhando o aumento da utilização que falamos no custo. Outra parte veio do consumo de caixa conforme vimos a pouco.

No Capital Regulatório, aqui do lado direito do slide, ampliamos ainda mais o nosso superavit de PLA, nosso patrimônio líquido ajustado, em relação ao CBR, o capital baseado em risco, com os lucros líquidos gerados pelas operadoras.

Obrigado pela paciência de vocês, espero que esse detalhamento tenha sido útil e agora abrimos espaço para vocês fazerem as suas perguntas, elas serão endereçadas pelo Jorge, por mim e pelo Guilherme Nahuz que está aqui conosco. Muito obrigado pessoal e boa tarde a todos!



Q&A

Operador

Agora iniciaremos a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar o seu microfone aparecerá na tela, e então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas.

Solicitamos por gentileza que façam no máximo 2 perguntas por analista e que sejam feitas todas de uma única vez. Vamos à nossa primeira pergunta: é do Vinícius Figueiredo, analista *sell side* do Itaú BBA.

Vinícius, iremos habilitar o seu áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Vinícius, pode prosseguir, por favor.

Vinícius Figueiredo (Itaú BBA)

Boa tarde, pessoal. Obrigado por pegarem a minha pergunta. A gente pode começar aqui com uma pergunta sobre o ambiente competitivo. Eu acho que vocês até já comentaram um pouco sobre isso, mas a gente viu há algumas semanas atrás, um reajuste ainda forte da competição, quando a gente olha o reajuste pool, que se torna público aqui para PMEs. Mas o que vocês podem comentar sobre a tabela de produtos novos? O que a parte comercial de vocês consegue enxergar no comportamento principalmente da Amil e outros competidores na praça do sudeste? E se a gente consegue ver, de novo, a Hapvida se destacando, talvez aqui com o preço mais baixo entre esses novos produtos, que é um pouco diferente do que a gente tinha visto no final do ano passado?

E aí um outro ponto que eu queria perguntar é na parte aqui do PPO. Vocês comentaram em outras oportunidades que trocas de rede credenciada são sempre pontos que trazem algum tipo de atrito com o cliente, mas dado que o PPO é um ponto bastante importante do ponto de vista comercial para vocês, a ideia não é perder a importância da carteira aqui, mas sim de trazer uma melhora de rentabilidade. Se a gente está falando que você tem pouco espaço aqui para troca de rede credenciada, o que que a gente pode observar aqui de ferramentas de alavancas para melhorar esse MLR? Obrigado.

Jorge Pinheiro – CEO

Oi, Vinícius, obrigado pelas suas perguntas. Vamos começar com o ambiente competitivo. O que a gente nota é que nós e todo o setor, todos os competidores, fizemos reajustes necessários e mais fortes ao longo do ano passado. O que a gente viu foi que várias operadoras fizeram dois ou três ajustes ao longo do ano. Esse ano começou e nós, por exemplo, fizemos um primeiro reajuste no primeiro trimestre e é possível que a gente venha a fazer mais um segundo reajuste, voltando à nossa antiga prática de fazer duas revisões anuais em novas vendas.



O que a gente espera para esse ano é ter reajustes para vendas novas em um patamar inferior ao ano passado, dado que toda essa composição de reajuste no portfólio, o avançado do programa de verticalização, integração, unificação de áreas, ou seja, todo ferramental que a gente vem utilizando isso, nos coloca numa posição de poder ter reajustes um pouco menores nesse ano em relação ao ano passado, mesmo que ainda patamares mais elevados.

E com relação à competição, a gente nota uma dinâmica similar. Os competidores fizeram reajustes muito fortes no ano passado e para o portfólio atual quase todos eles vieram com reajustes similares, um pouco menores do que no ano passado, então a gente nota que a indústria toda vai levar dois anos com esse novo ciclo de maio que inicia esse mês até abril do ano que vem, encerrando o ciclo de desses dois anos ainda do reajuste um pouco mais altos para que se volte a patamares históricos mais próximo de rentabilidade.

O nosso modelo, dada a verticalização, dada a integração, dadas as melhorias que a gente vem implementando, nos permite que a gente tenha em média 30%/35% menos necessidade de reajuste que os nossos competidores, o que tem nos ajudado bastante nos canais corporativos onde a gente vem vendendo com mais força e mais velocidade.

Com relação aos produtos de PPO, Vinícius, nós não temos mais ajustes em rede a serem feitos, já fizemos rede e produto ao longo do ano passado. Nós descontinuamos a venda de alguns dos produtos que a gente não enxergava que havia sustentabilidade. Acabamos, por outro lado, incentivando e criamos também alguns outros produtos no PPO, onde a gente acha que por ter uma boa relação com alguns prestadores, uma relação de confiança de mais longo prazo, a gente acha que é mais sustentável. Isso tem feito com a gente tenha melhorado as margens no PPO também.

Então a recuperação que a gente vem apresentando para vocês, é natural que seja mais forte nos planos, nos HMO, mas a gente também nota uma melhoria em margens no PPO. E os produtos PPO são importantes para a gente, notadamente nas grandes cidades, em especial São Paulo, Rio e BH, com mais presença em São Paulo, que acompanha a nossa grade de produtos e que é essencial para que a gente tenha tudo aquilo necessário para ofertar, por exemplo, para uma grande empresa, ofertar todos os tipos de produtos.

Vinícius Figueiredo (Itaú BBA)

Excelente, claríssimo, muito obrigado Jorge, Luccas, demais diretores e parabéns pelos resultados.



Operador:

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

Leandro Bastos (Citi)

Oi, pessoal, boa tarde. Obrigado.

Aqui também são duas perguntas. A primeira, se puderem falar um pouco sobre esse efeito de frequência da dengue que vocês comentaram em março/abril... Até que ponto vocês estão vendo a frequência muito mais alta nesse segundo tri e como a gente pode pensar nisso na sazonalidade de sinistralidade, que já é um pouco mais puxada historicamente no segundo tri, agora com surto de dengue, enfim, o que vocês puderem passar aqui de cor, seria legal escutar.

Essa é a primeira pergunta e a segunda, se puderem falar um pouco – voltando para a dinâmica comercial, para a estratégia de reajuste no canal *large corporate* – se a gente já tem alguma visibilidade da parte de varejo, mas até traçando aqui um paralelo com o que vocês discutiram no Hapvida Day do ano passado, como é a estratégia e nível de reajuste que vocês vão passar na média, pensando aqui para o para o canal grande empresa.

É isso, obrigado.

Jorge Pinheiro – CEO

Oi, Leandro, obrigado pelas suas perguntas.

Começando aqui com a frequência e volumes que a gente tem visto. Você conhece bem a nossa sazonalidade. Ela respeita a variação de chuvas e de temperaturas que começam normalmente no norte do país e vêm caminhando e até chegar ao centro sul do país. Ela vem seguindo a sazonalidade típica dos últimos anos, só que esse ano com mais intensidade, notadamente trazendo dengue em várias regiões do país. Portanto, nós temos mais volume esse ano do que a média dos anos anteriores, e a gente observa que algumas cidades já estão em curva decrescente, que mostra que a curva é típica, tem ali seus mais ou menos 45 a 60 dias de subida e depois ela tem uma queda no período até inferior a isso, cidade a cidade. Então a curva respeita seus padrões históricos, só que com mais intensidade de procura nas unidades dos PSs e de internações de baixa complexidade. Ainda é cedo para falar do segundo trimestre, nós não temos maio fechado, mas de novo, respondendo sim, nós temos mais volume, por outro lado, lembro que olhando mais para o longo prazo, isso faz parte da sazonalidade da nossa indústria histórica e que isso não deve afetar no longo prazo as nossas iniciativas.

E com relação ao comercial e reajuste... Observando o mix entre individual pequenas empresas, *affinities* e grandes empresas, o resultado nos trará para esse ano, segundo a



nossa estratégia, algo que pode variar entre 1 p.p. – talvez um pouco mais do que isso – inferior ao que nós aplicamos no ano passado. Os reajustes variam de acordo com cada região. Há uma necessidade um pouco maior de reajuste nos PMEs e nos *affinities* da regional 2 (sul e sudeste), e uma necessidade menor em regiões mais maduras, como norte, nordeste, centro oeste e interior de São Paulo. Mas o mix disso tudo deve trazer algo em torno de 1 p.p. / 1 p.p. e alguma coisa inferior ao que a gente aplicou na última jornada.

Operador:

Vamos a nossa próxima pergunta. É do Samuel Alves, analista *sell side* do BTG Pactual. Samuel, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Samuel, pode prosseguir, por favor.

Samuel Alves (BTG Pactual)

Boa tarde a todos. São 2 perguntas aqui do nosso lado.

A primeira é sobre a meta aspiracional de sinistralidade. Vocês já até comentaram em *calls* anteriores que a companhia vislumbrava levar a sinistralidade caixa para o redor de 68%. A pergunta é se depois desse primeiro trimestre, que mostrou uma vitória nessa trajetória de recuperação, essa meta aspiracional pode ser um pouco mais alta ou se essa ainda é a ambição da companhia. Essa é a primeira pergunta.

E uma segunda pergunta mais relacionada com o *net adds*. O Lucas comentou na apresentação que vocês têm notado uma migração de vendas de seguradoras de tickets mais altos para a Hapvida em alguns segmentos específicos. A pergunta se vocês já conseguem antecipar uma trajetória de crescimento de base organicamente no segundo trimestre. Vocês até comentaram em *calls* anteriores que esperavam que isso pudesse acontecer no segundo semestre... É mais para bater essa perspectiva da trajetória de crescimento. Se vocês ainda a antecipam apenas para o segundo semestre. Obrigado.

Jorge Pinheiro – CEO

Samuel, obrigado pelas suas perguntas. Eu vou começando aqui. Fiquem à vontade, Lucas e Guilherme para complementar.

Sobre sinistralidade caixa, 68% é um número que corresponde à combinação de sinistralidade pré-fusão Hapvida NDI, pré-pandemia, não considerando as últimas aquisições realizadas, porque elas trazem sinistralidades em níveis maiores. Então esse número que a gente atingiu realmente é um número espetacular. Entregar antes dos processos de integração concluídos, entregar 68%, é um número a se comemorar por dois motivos: primeiro, porque mostra a consistência da implementação de todas as medidas que a gente vem fazendo, que, de novo, não estão totalmente finalizadas. A gente ainda está em processo de integração, ainda tem verticalização por fazer, ainda tem novos portfólios que vão ser lançados. Então, a gente ainda vê espaço para, em longo prazo,



melhoria dele, respeitando a sazonalidade de primeiro tri e de quarto tri, que são menores do que esse segundo e terceiro tri. É importante falar também que esse primeiro tri foi beneficiado por volumes menores. Então foi uma conjunção de fatores que nos trouxeram a esse resultado bem expressivo.

Tentando te responder objetivamente, a gente espera que esse ano, sim, tenha uma sinistralidade melhor do que no ano passado. Assim como no segundo semestre do ano passado já houve uma mudança de comportamento, teve resultado bem melhor do primeiro semestre do ano passado. Então, a gente espera que esse primeiro semestre seja melhor do que o segundo semestre do ano passado. Ou seja, a gente fez um plano de 2 anos em que ao final dele estaríamos em níveis ou próximos ou variando a sinistralidade histórica, não considerando aquisições recentes. É mais ou menos isso que a gente mira.

Então, talvez no segundo tri/terceiro tri do próximo ano, enxergaremos que nível de sinistralidade rodaremos, porque nesse ponto vamos enxergar todas as medidas plenamente implementadas.

Com relação ao *net adds*, trazemos muito boas notícias do lado *corporate*. Tem sido muito aquecido desde o quarto tri do ano passado até o primeiro tri desse ano, com tratativas com empresas de médio e grande porte. Foram contratos expressivos implementados ao longo desse período, assim como outros já assinados em processo de implementação, vindo de seguradoras, operadoras e cooperativas. O *corporate* continua aquecido e nos dá boas esperanças de que pelos próximos meses teremos boas chances de continuar aquecidos dado o pipeline de negócios.

Com relação aos canais varejo, notamos que o começo do ano começou frio, em janeiro/fevereiro, e veio numa curva de aquecimento, de melhoria. Então fevereiro foi melhor que janeiro, março foi melhor que fevereiro, abril já foi melhor do que março, maio está sendo melhor do que abril. Uma curva crescente de vendas do varejo, o que é uma notícia muito boa, animadora, já que daqui vêm as melhores margens da companhia.

Ainda não chegamos no atingimento de metas nos canais varejo. Estamos ultrapassando metas nos canais corporativos, mas o ritmo de crescimento nos canais varejo nos dá ânimo para achar que, continuando nesse mesmo ritmo, em breve bateremos metas também nos canais varejo. Então essa confluência de um *corporate* acelerado, redução de cancelamentos, até porque finalizamos a revisão de portfólio agora em abril, e esse aquecimento dos canais varejo nos levam a acreditar que teremos um período legal do ponto de vista comercial. Esse segundo semestre, então, promete que tenhamos bons frutos vindos da área comercial e, eventualmente, crescimentos.

Samuel Alves (BTG Pactual)

Obrigado Dr. Jorge. Parabéns pelas melhorias apresentadas. Boa tarde.



Operador:

A nossa próxima pergunta é do Gustavo Miele, analista do sell side do Goldman Sachs. Gustavo, iremos habilitar o áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Gustavo, pode prosseguir, por favor.

Gustavo Miele (Goldman Sachs)

Boa tarde, Dr. Jorge, Luccas, Guilherme e Bello. Agradeço pela apresentação. Eu queria fazer duas perguntas também, por favor.

A primeira delas, voltando um pouco para a discussão de sinistralidade, sendo mais específico no custo por vida, a gente vê uma performance de sinistralidade superforte, mesmo num cenário de praticamente estabilidade aqui no ticket tri contra tri. Então, a gente consegue inferir uma performance de custo por vida superforte. Eu queria saber se vocês poderiam dividir um pouco com a gente o quanto dessa performance de custo é oriunda dessa racionalização de portfólio que a companhia tem feito, de você *churnar* eventualmente contratos de nível de custo um pouco mais alto e o quanto dessa melhoria de custo vocês atribuem a uma performance mais orgânica ou de portfólio legado da companhia que a gente consiga acompanhar pelos KPIS de verticalização que vocês dividiram com a gente. Se vocês pudessem dar um pouco dessa sensibilidade pra gente, acho que seria superlegal. Essa seria a primeira pergunta.

E um segundo tópico que eu queria explorar com vocês, é um pouco mais sobre alocação de capital. A gente já vem acompanhando alguns trimestres no ritmo de desalavancagem e geração de caixa superforte. Esse trimestre não foi diferente. Eu queria saber se faz sentido a gente pensar na companhia eventualmente acelerando o plano de expansão de rede própria, acelerando investimentos nessa toada, ou se eventualmente pensar em retorno desse dinheiro para o acionista é uma coisa que está na agenda da companhia e se isso de alguma maneira ofenderia os patamares regulatórios de insolvência e capital. Imagino que não, mas só para tentar bater o que que seria destino de alocação de capital aqui de vocês nesses próximos trimestres.

São esses dois pontos, pessoal, muito obrigado.

Jorge Pinheiro - CEO

Gustavo, obrigado. Vou começar respondendo, depois eu peço para o Luccas continuar a resposta, principalmente com relação à alocação de capital e eventualmente com relação à primeira pergunta também.

O custo por vida responde a muitas variáveis. À medida em que a gente cresce mais nos canais corporativos, à medida que a gente vende mais produtos radicalizados, vende mais produtos com coparticipação, ou seja, o mix de produtos traz um impacto determinante no custo médico por vida. Mas é claro que vários dos outros fatores que citamos aqui como



verticalização, repactuação, rede, revisão de materiais, fornecedores, materiais especiais, medicamentos, implementação do sistema, programas de prevenção, kits de procedimentos, ou seja, tem um ferramental todo que vem nos ajudando a controlar melhor os níveis de usuários atuais, ou seja, o portfólio atual, e isso se soma a uma estratégia de venda de produtos que estão mais vocacionados à verticalização. Como eu falei aqui antes, a gente vai manter o nosso portfólio com todos os produtos, mas a gente tem uma predileção por produtos mais verticalizados, que a é uma vocação nossa, onde a gente conhece muito esse segmento, a gente acha que pode extrair melhor e é onde a população brasileira demanda por mais acessibilidade, que é onde a gente se posiciona, mas mantendo todo o portfólio.

Sobre a alocação de capital, vou começar e o Luccas complementa. É claro que no ano passado em função de disciplina e focando na redução de níveis de alavancagem, a gente puxou o CapEx para em torno de R\$ 400 milhões. Esse ano, estamos fazendo uma banda que variará de R\$600 a R\$1 bilhão e a nossa geração de caixa vai ser suficiente para que a gente faça frente a todos esses investimentos que vão nos ajudar verticalizar e incrementar, fazendo novos projetos, vamos construir 3 hospitais, sendo 1 em São Paulo, 1 no Rio e outro em Recife. Nós vamos reabrir um hospital aqui em São Paulo. Então o CapEx desse ano, que pode chegar a R\$1 bilhão, já contempla tudo isso. Mas Luccas, complementa e melhora a minha resposta, por favor.

Luccas Adib – CFO

Oi Jorge, imagina. Obrigado. Você falou de um dos principais pontos da alocação de capital prevista da companhia, que é a execução bem-sucedida do CapEx. Esse CapEx projetado como o Jorge muito bem comentou até R\$1 bilhão pra gente seguir o nosso plano de verticalização em praças estratégicas como São Paulo e Rio de Janeiro.

Mas a gente vê um cenário em que o setor vem passando por uma série de dificuldades e a temos espaço no balanço, estamos muito bem-posicionados para poder olhar as oportunidades que possam emergir desse setor. Então estamos muito focados em concluir a nossa integração, a pedra fundamental do ano é concluir o processo de integração de uma forma bem-sucedida, confortável, gerando o menor atrito possível no beneficiário. Então o foco continua sendo a integração. O foco da companhia é muito forte na verticalização. Então temos muito espaço na alocação de capital, na verticalização.

Essa verticalização, passando pelos nossos testes aqui científicos de adequabilidade do CapEx, a luz daquilo que a gente entende como pertinente e necessário para a companhia naquele momento. Então é fundamental que a gente tenha essas métricas de alocação de capital na verticalização muito rigorosas.

E também temos espaço para olhar oportunidade que possam surgir do ponto de vista de M&A. Não é o nosso foco para agora. Não estamos olhando isso nesse momento, mas a companhia chegará no final do ano a um patamar de alavancagem bastante confortável, com espaço no balanço, 100% integrado, executando uma boa parte do CapEx que temos



projetado para isso. Então estaremos extremamente bem-posicionados para olhar as oportunidades importantes na alocação de capital.

Agora, uma mensagem que gostamos de passar é que essa alocação de capital não vai ser feita do ponto de vista de M&As oportunistas que possam surgir. Não estamos olhando nada específico, mas eles podem surgir. Essa alocação vai passar por uma necessidade de teste dentro das nossas lógicas rigorosas de onde vamos alocar o capital. Não vamos e não queremos comprar por comprar, crescer por crescer. Queremos crescer inteligente, fazer as transações de forma inteligente. Então estaremos muito bem-posicionados com o nosso balanço para poder capturar isso, findo o ciclo de integração.

Acho que naturalmente a companhia vem numa trajetória de rentabilização. As entidades operacionais estão num patamar de rentabilidade cada vez mais saudável. Isso repercute em distribuições dentro das operacionais para controladora via JCP, via alguns mecanismos que temos aqui de otimização, inclusive de alíquota e a Hapvida Participações, percebendo aqui um lucro atribuível aos acionistas na forma do lucro líquido superavitário, vamos distribuir na medida e na proporção indicadas pela legislação aplicável.

Agora o foco da companhia segue muito forte na integração, verticalização e espaço no balanço para olhar oportunidades importantes depois desse processo como um todo.

Gustavo Miele (Goldman Sachs)

Super claro. Luccas, obrigado você. Obrigado Dr. Jorge. Boa tarde.

Operador:

A nossa próxima pergunta é do Mauricio Cepeda, analista *sell side* do Banco Morgan Stanley. Mauricio, iremos habilitar o seu áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Ricardo, pode prosseguir, por favor.

Mauricio Cepeda (Morgan Stanley)

Boa tarde, Dr. Jorge, Luccas, Nahuz. Obrigado pelo espaço.

Eu queria continuar essa questão do CapEx, porque entendo que tem toda uma questão de verticalização que tem ajudado bastante o controle do sinistro. E eu entendo que foi bom que vocês migraram para o nível maior de CapEx para aumentar essa verticalização agora em 2024. Mas se puder falar de uma forma um pouco mais aspiracional até onde vocês pretendem chegar com verticalização... Se vocês têm alguma meta interna, como que isso deve se traduzir em CapEx ao longo dos anos e onde vocês devem parar com isso.

E a segunda pergunta que também tem relação com isso, é se isso vai levar algum tipo de seleção de região, se vai ser o caso de você de fato verticalizar em algumas regiões, digo assim, mais microrregiões valeria a pena verticalizar lá. Ou se de fato vocês podem ter



praças que não são atrativas e de alguma forma vocês despriorizarem e de fato deixar de ter operações nesses lugares. Muito obrigado.

Jorge Pinheiro - CEO

Cepeda, obrigado pela sua pergunta. É claro que o melhor do nosso modelo, o melhor da nossa experiência está em regiões onde a gente tem uma concentração mínima de vidas que custeia uma rede própria ampla e que atenda a parte ambulatorial, diagnóstico e hospitalar. Então temos patamares mínimos para isso em número de vidas.

Já temos mapeado o Brasil todo identificando todas as regiões que caberiam nesse modelo, e que são a nossa prioridade de expansão, mas nós temos que fazer escolhas. Nesse momento estamos investindo mais em regiões onde enxergamos um potencial de retorno mais rápido, com nível de verticalização mais baixo, como é o caso de São Paulo, que temos avançado bastante e estamos nessa jornada de verticalização, como é o caso do Rio de Janeiro e outras cidades também. Então, a nossa estratégia tem sido ampliar nas regiões de mais rápido retorno, onde temos mais volume instalado ou maior potencial de crescimento rede própria.

Em passos posteriores, nós estamos avaliando naturalmente outras cidades onde não há presença ou presença muito tímida ainda das nossas operações e que poderão ter investimentos. A ótima notícia é que são muitas as oportunidades no Brasil. O Brasil é imenso, gostamos muito de várias cidades, mas não atuamos ainda com nosso modelo, e vamos priorizando investimentos conforme a taxa de retorno. Agora queria pedir para o Luccas complementar, por favor.

Luccas Adib – CFO

Eu acho que eu acho que você foi muito oportuno, Jorge. A mensagem que você passou é exatamente isso. Cepeda, esses testes de aderência do nosso CapEx olhando para a operação, é algo que estamos sendo muito disciplinados e muito vigilantes. Então essa observância das áreas que guardam a pertinência temática com aquilo que a gente tem no nosso plano estratégico de crescimento, os setores de crescimento comercial, com aquilo que a gente enxerga do perfil de produtos que está sendo ofertado no HMO, com a nossa capacidade de verticalização, é o que esperamos exercitar ao longo desse ano e nos próximos. Esse é o direcional temos em mente.

Mauricio Cepeda (Morgan Stanley)

Perfeito, Luccas. Você vê mais alguns anos ainda de CapEx?

Luccas Adib – CFO

Temos aqui muitos projetos de verticalização. Acho que a gente não para por aqui. Os projetos de verticalização não param com os hospitais de São Paulo e Rio. O Jorge, pode me complementar aqui. O nosso estrategista mor aqui, que tem tudo sobre saúde na cabeça



pode complementar, mas a minha visão da companhia, como estamos discutindo o assunto internamente. Essa é uma avenida longa que vamos perseguir, de buscar otimizar os nossos portfólios a luz da verticalização que faça mais sentido para aquelas praças. Então não acho que vamos parar em São Paulo e Rio. Tem espaço para otimizarmos o nosso portfólio em termos de verticalização do sinistro ao longo dos próximos anos.

Mauricio Cepeda (Morgan Stanley)

Muito legal. Obrigado pelas respostas, Dr. Jorge e Luccas.

Operador

A nossa próxima pergunta é do Joseph Giordano, analista *sell side* do JP Morgan. Joseph, iremos habilitar o seu áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Joseph, pode prosseguir, por favor.

Joseph Giordano (JP Morgan)

Olá, boa tarde a todos. Obrigado pela pergunta.

Eu queria voltar um pouco na questão da sinistralidade, do efeito calendário, talvez bastante importante... a ideia seria calibrar melhor a estimativa para não ficarmos super otimistas com o ano inteiro, até porque se pegarmos o primeiro tri e anualizar ele com base sazonal, já estaríamos talvez num patamar melhor do que seria níveis normalizados de sinistralidade.

Então a minha primeira pergunta vai principalmente no que tange abril... sei que talvez não seja o mês mais relevante, mas quando olhamos para o efeito calendário, eu acho que pode ser relevante. Então tivemos Tiradentes ano passado e Páscoa em abril; Tiradentes não teve esse ano e a Páscoa acabou ficando em março. Então eu queria entender um pouquinho se, quando olhamos a sinistralidade dos primeiros quatro meses do ano, é óbvio que provavelmente melhora, mas se você pudesse nos ajudar com a magnitude e separando essa pergunta, até tentar entender como é que vocês estão vendo isso nas antigas regionais 1 e 2, como está esse gap hoje? Imagino que no perímetro Hapvida legado deve estar ainda bem melhor.

Indo para a segunda pergunta, voltando à questão de alocações de capital e olhando um pouco para a saúde de muitos prestadores de serviço, eu queria entender um pouquinho, na ótica de fazer um produto talvez um pouquinho mais PPO *high-end*, se faria sentido vocês comprarem alguns ativos que estão num segmento mais intermediário/alto da cadeia. São essas as minhas perguntas, obrigado.

Jorge Pinheiro - CEO

Legal, Joseph. Vou começando aqui e depois o Luccas pega as questões de alocação de capital. Com relação à sinistralidade, a companhia vem conseguindo reduzir custo

estruturalmente. O primeiro tri veio muito bem em função disso e em função de menos volume que, somando esses dois fatores, nos fizemos uma sinistralidade realmente histórica. A boa notícia é que as melhorias são estruturais e elas nos trarão numa visão de médio e longo prazo, a reduções consistentes de sinistralidade até finalizada essa jornada que, de maio até maio do próximo ano, variações sazonais, o calendário, por feriado ou por um período de virose um pouco mais intenso ou menos intenso. Sempre vão ocorrer períodos mais intensos, outros períodos menos intensos, mas eu acho que o mais relevante aqui é enxergarmos que esse período mais forte de dengue, de virose que tivemos e está tendo, e a velocidade já deixaram outras e deixaram isso, eles são autolimitados, eles têm começo e fim.

Portanto, a nossa maior preocupação é, de fato, enxergar a estrutura da companhia. Se estamos conseguindo implantar os melhores programas de prevenção, se estamos entregando o nosso cronograma de verticalização, fazendo as integrações de maneira consistente, se estamos conseguindo fazer os melhores acordos com a rede, com fornecedores, ou seja, estaremos de maneira consistente, reduzindo sinistralidade e eu posso te dizer que sim, nós estamos em patamares hoje melhores do que no ano passado, sem dúvida. Considerando qualquer fator esse ano e essa é a expectativa que tenhamos incremento de margem, continue ganhando margem.

E com relação ao PPO... sim, temos produtos PPO, são quase 470 mil vidas de PPO no Brasil todo, representando 5% do nosso portfólio, e estamos qualificando cada vez mais a nossa rede própria. É claro que esse é um produto que sempre vai contar com a rede mais ampla de prestadores, mas é natural que uma parte desses usuários utilize a nossa rede própria, dado aos melhores endereços, as boas instalações físicas, aos melhores sistemas e protocolos, o corpo médico e de enfermagem técnico que temos. Com isso notamos que uma parcela maior de usuários PPO tem utilizado mais a nossa rede própria, na medida em que a gente a oferece, mesmo sendo livre escolha do usuário, a gente oferece. Temos boa presença nessas regiões e já anunciamos e vamos fazer mais um o belo hospital em São Paulo, outro belo hospital no Rio de Janeiro, além de um hospital maravilhoso que está em fase final em Recife e vamos reabrir mais um hospital, ou seja, oferecemos para todos os nossos usuários, inclusive para os usuários PPO um serviço cada vez melhor. É possível, e é essa a nossa expectativa, que cada vez uma população maior dos produtos PPO, mesmo com livre escolha, escolham e tenham preferência parcialmente ao utilizar a nossa rede.

Luccas, você quer responder sobre alocação de capital, por favor?

Luccas Adib – CFO

Perfeito. Jorge. Hoje sobre alocação de capital, Giordano, é muito na linha do que eu comentei antes aqui. Não é a vocação 100% da companhia trabalhar nessa frente, mas é um vetor importante da nossa geração de vidas, não só na geração de receita, mas os planos HMO que a gente fecha... Então uma parte fica com PPO para uma parcela do corporativo, a outra entra no HMO. Então assim, temos que fazer a conta aqui para poder



saber se teremos alocações importantes, mirando a estratégia de PPO, os mais sofisticados que sejam ali dos 600 até o Infinity. Mas é muito na linha daquilo que eu comentei anteriormente. Estamos muito focados nesse processo de integração, em executar o nosso CapEx para poder verticalizar. E vai muito na linha do que o Jorge acabou de comentar. Estaremos muito bem-posicionados, portanto, no final desse ciclo de integração, no final de mais um ciclo de reajuste, para podermos olhar eventuais possibilidades de crescimento inorgânico aqui para a companhia, então é muito nessa linha.

Jorge Pinheiro - CEO

Complementando Luccas, inorgânico ou orgânico... Através de movimentos *greenfield* e até aquisições. Nós temos hospitais muito qualificados, referência em várias das regiões do país. São os melhores hospitais de várias regiões em que atuamos e a nossa pegada é essa: qualificação da nossa rede própria, estar sempre nos melhores endereços, com melhor tecnologia, melhores profissionais... Estaremos sempre subindo a régua e oferecendo para o nosso usuário de todo o portfólio HMO e PPO, produtos cada vez melhores e com a melhor rede exclusiva própria assistencial para ele.

Joseph Giordano (JP Morgan)

Perfeito. Muito obrigado Dr. Jorge e Luccas.

Operador

A sessão de perguntas e respostas está finalizada. Com isso, o evento de divulgação dos resultados do primeiro trimestre de 2024 do Hapvida está encerrado. A área de RI permanece à disposição. Muito obrigado por sua participação e tenha uma boa tarde.