



**Transcrição da Teleconferência de Resultados do 3T20  
Hapvida (HAPV3 BZ)**

**Operador:**

Operadora: Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da Hapvida referente aos resultados do terceiro trimestre de 2020. Estarão presentes os senhores Jorge Pinheiro, CEO, Bruno Cals, Diretor Superintendente Financeiro e Guilherme Nahuz, Diretor de Relações com Investidores.

Informamos que este evento será gravado e que durante a apresentação da empresa todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas apenas para analistas e investidores, quando mais instruções serão fornecidas. Caso alguém necessite de assistência durante a teleconferência, por favor, solicite a ajuda de um operador digitando \*0.

O áudio está sendo apresentado simultaneamente na Internet – no endereço [www.hapvida.com.br/ri](http://www.hapvida.com.br/ri).

Gostaríamos de esclarecer também que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Hapvida, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. 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 da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da Hapvida e conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Jorge que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Jorge, pode prosseguir.

**Jorge Pinheiro:**

Boa tarde a todos e muito obrigado por participarem da nossa teleconferência. É com enorme satisfação que apresentamos ao mercado os resultados do Hapvida referentes ao terceiro trimestre e dos nove meses acumulados de 2020.

Gostaria de aproveitar a oportunidade e começar parabenizando todos os nossos times: são 35 mil colaboradores, mais de 15 mil médicos e 15 mil dentistas que fazem parte do sistema Hapvida. Ainda estamos enfrentando essa pandemia e é muito gratificante sabermos que podemos continuar contando com todos vocês. A todos os profissionais de saúde que estão na linha de frente - médicos, fisioterapeutas, enfermeiras, técnicos de enfermagem, auxiliares, todos - que no meio de tantas incertezas seguiram em frente com muita coragem, heroísmo e abdicção, mostraram mais uma vez que têm um compromisso nobre com a vida. E isso reflete a visão do Hapvida. Somos muito, muito gratos a todos vocês!

Estamos muito contentes com o desempenho do Hapvida neste trimestre. A receita líquida consolidada apresentou crescimento de 61,6%, impulsionada pelas aquisições e pelo aumento do número de beneficiários através das vendas novas. O EBITDA fechou o trimestre em 512,2 milhões de Reais, um avanço de 93,8% em relação ao ano anterior, resultado de uma combinação do crescimento orgânico e inorgânico juntamente com uma gestão eficiente dos sinistros e forte disciplina nas despesas operacionais. Por falar em crescimento orgânico, estamos muito contentes com a retomada das contratações e ver o Hapvida sendo escolhido por mais de 180 mil novos usuários de planos médicos e odontológicos.

Importante mencionar que a sinistralidade ainda foi positivamente impactada no trimestre uma vez que, apesar de nossos atendimentos eletivos e de urgência estarem recebendo aumento gradual de demanda e já terem voltado a operar em níveis próximos ao período pré-pandêmico, a frequência de utilização ainda não foi totalmente normalizada.

Mantivemos, também, uma adequada gestão das despesas com vendas e das despesas administrativas, com esta última atingindo o seu menor patamar histórico em relação às receitas.

Do lado operacional esse trimestre foi marcado por grandes eventos. Vou citar alguns:

- Renovamos a nossa marca. Enxergamos a necessidade de adotar uma nova marca corporativa para garantir ainda mais reconhecimento e performance ao nosso negócio.
- Também alteramos nosso propósito, que passou a ser: “Assegurar acesso à saúde de qualidade para a nossa gente”. Esse é o nosso foco! Damos o nosso melhor para acolher as pessoas com a qualidade que elas merecem.
- Firmamos uma parceria com a suíça Roche para consolidarmos nossas atividades de diagnóstico laboratorial em uma única unidade central que contará com tecnologia de última geração. Esse Núcleo Técnico Operacional, ou NTO, na cidade de Recife, em Pernambuco, será a primeira instalação desse tipo fora da Europa e terá capacidade de processar até 5 milhões de exames por mês, substituindo as atuais 18 facilities regionais. O NTO processará cerca de 95% dos exames laboratoriais, aumentando ainda mais nosso nível de verticalização.
- Já realizamos, até a data de hoje, mais de 125 mil consultas através dos nossos canais de telemedicina. Nossos investimentos contínuos em tecnologia e inteligência de dados nos permitiram criar uma das mais robustas plataformas de telemedicina do país. Hoje, já podemos dizer que dispomos dos mais variados tipos de atendimento digital. Adicionalmente, para trazer segurança nas interações via telemedicina, estamos adotando a identificação dos beneficiários através de reconhecimento facial.
- Reforçamos nosso conselho de administração com a vinda do Sr. Igor Lima, um executivo com experiência comprovada em integração, tecnologia e inovação, temas fundamentais ao atual momento do Hapvida.
- Inauguramos, nos últimos meses, de forma orgânica, 5 unidades de atendimento e 1 centro de distribuição e abastecimento farmacêutico.
- Anunciamos nos últimos meses uma série de aquisições, tanto de carteiras de clientes como de ativos de infraestrutura hospitalar. Foram sete transações que serão

detalhadas mais a frente pelo Bruno Cals, que mostram nossa busca contínua por bons ativos e nosso foco no crescimento inorgânico em outras regiões. É uma grande quantidade de aquisições, mas todas, absolutamente todas, executadas com muita disciplina e racionalidade – estamos adquirindo a múltiplos bons, integrando esses ativos de forma rápida e eficiente e trazendo os indicadores operacionais dessas empresas adquiridas para níveis próximos aos nossos.

- Também concluímos a incorporação e integração das operadoras pertencentes ao Grupo América. Até o final de 2020 iremos concluir também a incorporação e implantação de sistemas nas dezenas de unidades assistenciais que formavam o Grupo América, finalizando a integração em cerca de um ano após o closing da operação, o que demonstra que temos total condições de replicabilidade do nosso modelo de negócio.

Crescemos e, por isso, mudamos. Estamos em um novo momento, mudanças operacionais são essenciais para nos fazer chegar mais longe, mas a nossa essência sempre será mantida.

Bom, dito isso, passo agora a palavra para o Bruno Cals, Diretor Superintendente Financeiro e o Guilherme Nahuz, diretor de Relações com Investidores, que vão detalhar um pouco mais os números do trimestre e seguimos para a sessão de perguntas e respostas na sequência. Obrigado.

### **Bruno Cals:**

Muito obrigado Jorge e boa tarde a todos.

Primeiramente, preciso explicar que, em virtude da conclusão da incorporação das operadoras e de dezenas de unidades assistenciais que compunham o Grupo América, no dia 1º de setembro de 2020 e, a conseqüente implantação de sistemas (SAP e sistemas da operadora e hospitalar Hapvida), a abertura individualizada dos dados operacionais e financeiros das adquiridas não se torna comparável com trimestres anteriores. Do 4T20 em diante, a aquisição da Medical em Limeira/SP já foi concluída agora em novembro e é possível que tenhamos novos closings ainda esse ano, o que também impedirá a comparabilidade dos números anteriores. Portanto, os resultados da Hapvida passarão a

ser apresentados somente de forma consolidada. De forma pontual quando possível e necessário, em algumas rubricas, ainda citaremos os efeitos advindos das empresas adquiridas, conforme vocês devem ter visto em nosso earnings release.

Iniciando os slides da apresentação, no slide 2, mostramos os principais destaques financeiros e operacionais do 3T20, dados consolidados de Hapvida.

Houve crescimento de 61,6% da receita líquida influenciada, principalmente, pelas receitas provenientes das aquisições do Grupo São Francisco, Grupo América e da RN Saúde. Também teve aumento de 7,6% no ticket médio de planos de saúde, reflexo dos reajustes de preço implementados nos contratos existentes e das vendas novas. Importa mencionar que, como todos sabem, os planos individuais não sofreram reajuste esse ano e os planos coletivos os reajustes só serão cobrados a partir de janeiro de 2021, conforme determinação da Agência Nacional de Saúde Suplementar.

Houve crescimento de 56,9% no número de beneficiários total explicado pelo aumento de 2,3 milhões na base de beneficiários de Saúde e Odonto, além do crescimento orgânico tanto no Hapvida quanto nas empresas adquiridas que adicionaram 37 mil vidas em saúde e 145 mil vidas em odonto.

A queda da sinistralidade ex-SUS foi de 0,6 ponto percentual e a sinistralidade caixa caiu 3,0 pontos percentuais. Entendemos que isso é um desempenho espetacular quando consideramos que as empresas adquiridas ainda operam com sinistralidade bem acima da nossa. Mas reitero, como o Jorge já mencionou, que a sinistralidade do trimestre ainda foi positivamente impactada, pois apesar de nossos atendimentos eletivos e de urgência estarem recebendo aumento gradual de demanda e já terem voltado a operar em níveis próximos ao histórico, a frequência de utilização ainda não foi totalmente normalizada.

Por fim, nosso Ebitda cresceu 93,8% com uma margem maior em 4,0 pontos percentuais. Aqui tem a contribuição da redução da sinistralidade e também da adequada gestão das despesas. O índice de despesas com vendas atingiu 7,9% e o índice de despesas administrativas foi de 9,4%.

No slide 3, mostramos a nossa contínua busca por bons ativos. Somente nos últimos meses, anunciamos 7 aquisições e 1 arrendamento de hospital, todas concentradas nas regiões Centro-Oeste e Sudeste. São, todas, aquisições que adicionam valor ao nosso negócio e que possuem um fit estratégico com nossas operações.

A maior delas, a do Grupo Promed, irá viabilizar nossa entrada na capital mineira de forma robusta. A região possui alto potencial de crescimento tanto pelo potencial aumento na penetração de planos privados quanto pelo ganho de market share, contribuindo para a nossa consolidação no estado de Minas Gerais. Acabamos de anunciar a aquisição da operadora Premium Saúde, também em Minas Gerais. Uma transação bastante sinérgica, já que boa parte da carteira de clientes está localizada onde teremos infraestrutura hospitalar, o que nos permitirá verticalizar rapidamente o atendimento. Também anunciamos aquisições no estado de Goiás; na cidade de Rio Claro, no interior de São Paulo; arrendamos uma maternidade em Ribeirão Preto/SP. Enfim, foi um trimestre movimentado que manteve nosso movimento de consolidação e expansão nas regiões Sudeste e Centro-Oeste. Todas as operações citadas aguardam aprovações regulatórias.

É importante destacar também que nestas regiões estão em construção: 1 hospital em Dourados (Mato Grosso do Sul), 1 hospital em Uberlândia, além de 3 hospitais no interior de São Paulo: Barretos, São Carlos e Bauru.

No lado direito do slide também informamos o status das aquisições anunciadas em 2019. Incorporamos América no dia 1º de setembro conforme falado no início pelo Jorge. Grupo São Francisco, estamos caminhando bem para o processo de incorporação e expectativa de captura de sinergias dentro do esperado pela Companhia. Na RN Saúde, nossos sistemas já foram implantados. Concluímos a aquisição da operadora Medical de Limeira no dia 3 de novembro, que agora já passa a fazer parte da nossa estrutura. A Plamed ainda se encontra em avaliação pelo Cade.

No próximo slide, 4, mostramos o mapa com a distribuição de hospitais por estado (são 41 hospitais no fim de setembro), 42 prontos atendimentos, 188 clínicas e 175 unidades de diagnóstico laboratorial e por imagem totalizando assim 446 pontos de atendimento. Assim, estamos cada vez mais próximos de nossos beneficiários em todas as cinco regiões do país. Ao longo do 3º trimestre foram inaugurados 2 hospitais (Lauro de Freitas na Bahia e

Mário Palmério em Minas Gerais), 11 clínicas médicas (7 foram encerradas), 2 prontos atendimentos (1 encerramento) e 8 unidades de diagnóstico (7 encerramentos) no período como parte da consolidação do atendimento em novas e amplas unidades.

Encerramos o trimestre com 2.939 leitos, 1.097 leitos a mais que no mesmo período de 2019. Neste trimestre disponibilizamos 890 leitos para o tratamento da covid-19. Isso foi uma redução de 124 leitos na comparação com o 2T20, resultado da desmobilização de leitos dedicados ao tratamento de pacientes com a Covid-19.

O Market share da Companhia no final de setembro indicava uma participação de mercado total de cerca de 7,5%. Aqui também mostramos o percentual distribuído por região, com o Centro-Oeste ganhando representatividade e o Sudeste e Sul com alto potencial de crescimento. Lembrando que aqui ainda não estão contabilizadas as vidas das aquisições anunciadas, porém ainda não finalizadas.

Gostaria de passar a palavra ao Guilherme Nahuz, nosso Diretor de RI, que vai passar mais detalhes dos resultados.

**Guilherme Nahuz:**

Obrigado Bruno, obrigado Jorge. Boa tarde a todos.

Passando para o slide 5, o slide de beneficiários, o Jorge e o Bruno já adiantaram os grandes números, é um crescimento realmente espetacular da companhia, quase 50% de crescimento no saúde quase 70% no Odonto, obviamente tem a contribuição das vidas que vieram das empresas adquiridas, mas como o próprio Jorge já comentou, o mais importante de trimestre para gente, o highlight, o destaque, foi a retomada do crescimento orgânico. A gente cresceu 53 mil vidas em saúde e 130 mil vidas em planos odontológicos, mesmo em um cenário absurdamente desafiador como foi o terceiro trimestre por conta dos efeitos econômicos da pandemia na sociedade, a gente cresceu em todas as regiões do país, um pouco da quebra dessas 53 mil vidas de saúde, praticamente metade, 25 mil vidas, foram no Centro-Oeste de crescimento orgânico, Norte crescendo 10 mil vidas, Nordeste crescendo 7 mil vidas, Sul 2 mil vidas e Sudeste 8 mil vidas, isso tudo dentro do terceiro trimestre de 2020 contra o segundo trimestre de 2020. As empresas adquiridas crescem

pouco mais de 30 mil vidas e o Hapvida, Norte e Nordeste sem as aquisições, cresce um pouco mais de 20 mil vidas, então essa é quebra entre o crescimento orgânico Hapvida e aquisições, ou seja, 30 mil vidas de crescimento orgânico dentro as aquisições, era exatamente sobre isso que a gente falava quando a companhia dizia que mais do que aquisição de portfólios que ela queria criar plataformas, hubs de crescimento regionais e é exatamente isso que estamos apresentando aqui nesse trimestre.

Lembrando que a gente ainda não está trabalhando com produtos novos, produtos de rede própria que são produtos ainda mais acessíveis nessas regiões novas de atuação, Goiânia por exemplo, a gente acabou de lançar o produto de rede própria no dia 1º de setembro, então praticamente nada de impacto ainda dentro do terceiro trimestre, uma possibilidade desse crescimento orgânico nessas novas regiões ficaram ainda maior, olhando pra frente. A gente deve lançar esses produtos de rede própria de rede fechada sempre quando os nossos investimentos em infraestrutura médico-hospitalar nessas regiões, ficarem prontos. Esse é o caminho que a gente deve seguir daqui para frente. Em Odonto, a gente permanece crescendo fortemente, mas ainda com um mar de oportunidades, principalmente nas novas regiões de atuação e também com as empresas recém adquiridas, que estão sendo integradas, bem como nas regiões, nas operadoras que a gente já anunciou, mas que aguardam o *closing* dessas transações. Muitas delas inclusive nem trabalham com o produto odontológico, então temos uma oportunidade grande. A companhia só consegue realizar esse tipo de crescimento que a gente está mostrando no 3º trimestre porque a gente tenha mais competente área comercial do país, com uma força de distribuição incomparável com os nossos competidores. Nossa área comercial inclusive foi atualizada e reforçada recentemente e com isso ganhou escalabilidade e robustez exatamente para fazer frente a oportunidades como essas que estão surgindo.

Passando para o próximo slide, de Ticket médio mensal, a gente cresce quase 8% em saúde, um crescimento especialmente importante quando a gente considera que a gente não teve reajuste dos planos individuais, são quase 30% dos nossos beneficiários e praticamente 40% da nossa receita e mesmo assim a gente cresce 7,6%, nosso ticket está chegando ali próximo de R\$200, R\$198 que é um dos menores do país e permite o Hapvida dar acesso à saúde de qualidade para o maior número de pessoas possível, o Jorge falou agora pouco, é o propósito do Hapvida. O ticket de Odonto praticamente estável, um produto extremamente sinérgico e estratégico para a companhia como mencionei agora pouco.

No slide da receita, número 7, a gente não deve gastar muito tempo aqui porque já falamos bastante sobre os beneficiários e o ticket médio, o crescimento já é explicado por esses dois últimos slides que eu que eu mencionei, muito forte 62% de crescimento de receita, curioso aqui ver aqui nos primeiros nove meses de 2020 a gente já fez praticamente pouco mais de 10% a mais do que a receita do ano inteiro de 2019.

Talvez gastar um pouco mais de tempo no próximo slide, slide 8, que fala sobre os nossos custos assistenciais e o índice de sinistralidade. Todos os nossos índices apresentaram melhora, sinistralidade caixa, sinistralidade ex-SUS e a sinistralidade total que é a que está apresentada no slide para vocês. Obviamente um resultado de uma excelente gestão de sinistros da companhia, com vários projetos de inovação, usando bastante tecnologia, inclusive com uso de inteligência artificial. A gente já apresenta também ganhos relevantes e sinergia nas aquisições com volume de captura de energias praticamente em linha com o que a gente esperava, mas numa velocidade maior do que a gente esperava originalmente.

Aqui também tem um impacto positivo da pandemia já comentado pelo Jorge e pelo Bruno, não preciso repetir. Tem uma menor cobrança de ressarcimento ao SUS, vou falar um pouquinho mais para frente. Importante reforçar que a gente resolveu o backlog de cirurgias que tinham sido represadas lá no início da pandemia, no segundo trimestre, sem impacto no nosso sinistro, aí o destaque para célula da companhia que foi criada especificamente para isso, que foi atrás desses beneficiários, dos médicos nas regiões onde não tínhamos nenhuma restrição e executamos 100% da cirurgia nos locais onde a gente não tem restrição. Os atendimentos já vem crescendo, como o próprio Bruno e Jorge mencionaram, veio crescendo de forma gradual ao longo do terceiro trimestre e por isso tem um benefício no terceiro trimestre, mas a gente já entra no quarto trimestre de 2020 com níveis bem próximos aos níveis pré-pandêmicos, isso é um ponto importante. A gente já vê também um crescimento no número de atendimentos de síndrome respiratória em algumas regiões da companhia, mas isso não tem representado um aumento no número de internações. As nossas aquisições contam com uma sinistralidade sempre maior do que a nossa, portanto se não fosse o efeito da pandemia a gente provavelmente estaria apresentando sinistralidade consolidada total marginalmente maior do que a gente apresentava no passado, o histórico da companhia, obviamente a gente tem todo o ferramental para reduzir a sinistralidade das empresas adquiridas e é isso que a gente está fazendo, isso é um

pouco do que a gente já está apresentando aqui de níveis de sinistralidade consolidado, já tem um impacto da aplicação do modelo de negócio da companhia nas adquiridas. A beleza do modelo vertical do Hapvida é ver esse retorno à normalidade com baixíssimo risco de *overshooting* na nossa sinistralidade.

Passando para o próximo slide, nº 9, a gente fala de ressarcimento ao SUS. Custo total de R\$27 milhões no trimestre, ali na última barra da direita, R\$26,9 milhões, sendo praticamente metade com custo no sinistro, metade com custo nas despesas financeiras, foi um impacto, um volume menor do que o usual por conta tanto da paralisação, a redução do envio das cobranças, das ABIs e também uma diminuição da velocidade de conversão de cobranças de atendimentos em GRUs, por conta dos prazos recursais que ficaram congelado, parados como consequência da MP, da Medida Provisória 928. Tem uma indicação da própria Agência Nacional de Saúde Suplementar, a ANS, que esse movimento dos dois fluxos, o fluxo de envio de ABI`s e o fluxo de conversão de ABI`s em GRUs, ele normaliza agora ao longo do quarto trimestre, potencialmente as operadoras recebendo duas ABI`s um agora em novembro e outra em dezembro, então a gente já espera uma volta à normalidade acontecendo agora provavelmente primeiro tri do ano que vem também um pouco mais pressionado por conta desse *catch up*.

No próximo slide, slide 10, das despesas operacionais, tanto o Jorge quanto o Bruno também já disseram que esse é um dos grandes *highlights* do trimestre, o que comprova a disciplina da administração da companhia na gestão de suas despesas mesmo com integrações acontecendo, novos ativos, novas geografias, isso é importante comprovar para o mercado que essa disciplina permanece. Nossas despesas com vendas com impactos positivos de menores perdas, menor PDD e o impacto positivo das adquiridas que trabalham com um índice de despesas de vendas menor do que o Hapvida, então o consolidado se beneficia desse mix diferente. As despesas administrativas na metade debaixo do slide, mostrando todos os ganhos de eficiência, também com projetos de inovação da companhia, mostra também os ganhos já de captura de sinergias nas empresas adquiridas, São Francisco, Grupo América e da RN. Não terminou isso ainda, esse processo continua em curso, temos sinergia para serem capturadas em todas essas três aquisições que eu mencionei.

Finalizando o próximo slide, rapidamente passando pelo Ebitda, crescendo 4 pontos, o Ebitda do trimestre, acima de meio bilhão de reais, muito forte e terminando a apresentação, no slide 12, mostrando o fluxo de caixa e o Capex, o fluxo de caixa do trimestre com R\$415 milhões, maior do que o fluxo de caixa livre de todo o ano de 2019, o trimestre é maior do que o ano anterior e o Capex acumulado do ano, no lado direito, com R\$290 milhões, caminhando para o que tínhamos guiado o mercado no final do ano passado e início deste ano de investir cerca de R\$400 milhões tanto em 2020 quanto em 2021. Com isso a gente encerra essa parte expositiva e abre para perguntas e respostas. Muito obrigado.

**Vinicius Ribeiro, UBS:**

Pessoal, boa tarde a todos, obrigado por pegarem minha pergunta. São 2, como de praxe. Primeiro, eu queria explorar um pouquinho a dinâmica comercial, Centro-Oeste teve uma performance muito boa nesse trimestre assim como as operações legados do Hapvida, queria entender o que vocês tem visto de melhora de tendência quando pensamos em novos contratos, churn, mudança de contratos recentes, queria entender se tem algum desses fatores foi mais preponderante neste trimestre e o que podemos esperar para 2021 mesmo pensando na grade de produtos antes dos eventuais lançamentos nas regiões das adquiridas.

A 2ª pergunta, um pouco mais simples, é da dinâmica com o quadro do reajuste, desculpa se deixamos passar alguma coisa, mas vocês podiam elaborar um pouquinho como é que foi o tratamento contábil à luz do posicionamento da Agência, que permitiu a contabilização neste trimestre com o diferimento no contas a receber, como algumas empresas contabilizaram, só queria entender como deveríamos ver em relação a isso. Obrigado.

**Jorge Pinheiro:**

Oi Vinicius, muito obrigado pela sua pergunta, vou responder a 1ª parte, depois vou passar para o Bruno para falar sobre o reajuste.

Do ponto de vista de crescimento orgânico, primeiro é importante ressaltar que a empresa acabou geograficamente se posicionando de maneira única, dado que nós somos a primeira empresa brasileira a estar presente nas 5 regiões, com rede própria, hospitais próprios, isso é o que nos permite aproveitar o maior potencial que cada região pode nos trazer, a gente sabe que eventualmente algumas regiões andam mais velozmente que

outras, então esse nosso modelo de abrangência nacional acaba deixando a gente em situação de vantagem com relação a outros competidores.

Do ponto de vista de crescimento, a gente enxergou nesses últimos meses, está vivendo o momento em que a gente nota, primeiro importante ressaltar, um interesse muito forte no brasileiro em ter uma cobertura de plano de saúde privado, a gente sabe que essa pandemia mostrou a importância do nosso serviço e a gente aqui internamente tem trabalhado de maneira espetacular, os nossos índices são muito fora da curva, o coeficiente de letalidade de usuário Hapvida comparado com o restante do Brasil é muito menor e a gente tem mostrado isso de maneira muito corajosa através dos nossos *reports* diários, então isso tem estimulado mesmo que a economia ainda não tenha retomado as atividades apesar de mostrar muito boas notícias da retomada da economia, ainda não voltou a plena carga, mas isso tem impulsionado primeiramente os canais varejo, planos individuais, pequenas e médias empresas têm já atuado quase em níveis pré-pandêmicos, alguns canais quase em níveis pré-pandêmicos, o que é um sinal muito bacana e do lado corporativo a gente notou que esse segundo trimestre foi muito impactado por novos *bids* que foram lançados de empresas de pequeno, médio e grande porte também e a gente tem se beneficiado disso, o 3º tri já apresentou novos grandes clientes em várias regiões do país, o 4º tri também terá novos clientes entrando em novas regiões, então a gente vê do lado positivo esses dois aspectos bem favoráveis. As empresas-clientes voltaram a recontratar, mas ainda ela não voltaram a ter mesmo quadro laboral que tinha antes da crise, voltaram a contratar o que já é uma notícia maravilhosa, mas ainda não na intensidade que o faziam anteriormente, do lado das adesões de empresas-clientes, mas de uma maneira geral, 2021 eu tenho certeza que vai ser um ano muito bom de crescimento orgânico, essa pandemia está ficando para trás, alguns estados a gente viveu, é como o estado do Amazonas, uma segunda onda, mas muito, mas muito mais leve do que a primeira, dado que a gente está muito mais eficiente em como a gente lida com essa doença, apesar dessa segunda onda trazer novos casos a gente conseguiu ser bastante eficiente, atendendo a distância, doando medicações quando é o caso e sendo muito eficiente com os nossos protocolos, não temos notado um aumento na necessidade de internações, então isso vai ajudar a recuperação da economia em 2021 trazendo possivelmente níveis pré-pandêmicos de crescimento orgânico que sempre foram fortemente muito bons para nossa empresa. Passo aqui a palavra para o Bruno para falar sobre reajustes. Obrigado mais uma vez Vinicius.

**Bruno Cals:**

Oi Vinicius, boa tarde, obrigado pela pergunta. É importante mencionar que a suspensão do reajuste ela se deu só a partir de setembro, então foi só um mês desse trimestre, ainda assim a recomendação, tivemos discussões aqui com auditoria, discussões com a própria Agência Nacional, é a contabilização dessa receita dos reajustes que já estão negociados e formalizados, volto a falar, como era só setembro aqui, são menos contratos comparado ao trimestre todo, o que seria imaterial os valores mas, a recomendação e para o quarto trimestre inclusive, é a contabilização desses ajustes, não obstante a gente só possa cobrá-los a partir de janeiro de 2021, então à medida que para os planos coletivos, à medida que nós negociamos esses reajustes e formalizamos os aditivos contratuais eles vão sendo contabilizados na nossa receita. Para planos individuais, o mercado não teve nenhuma autorização de reajuste para esse ano, de forma que a gente espera que tenhamos reajuste a partir do próximo ano, nos prazos geralmente determinados pela Agência Nacional, isto é, a partir de maio de 2021.

**Vinicius, UBS:**

Perfeito, Bruno e Jorge, obrigado pelas respostas. Um abraço.

**Gustavo Miele, Itaú BBA:**

Boa tarde, Jorge, Bruno e Guilherme. Obrigado pela apresentação. Queria fazer duas perguntas rápidas aqui do meu lado.

Primeiro, em relação a crescimento grande também queria retomar essa discussão sobre uma ótica um pouquinho diferente, a gente também notou aqui que a performance tri contra tri ela foi super forte, até melhor do que os dados da ANS e recontados até agora sugeri, e o que mais chamou nossa atenção é que esse crescimento veio sem uma aceleração de despesas de vendas muito pelo contrário, a despesa de vendas até caíram nominalmente tri contra tri acho até que nem precisa fazer análise em função da receita. Eu queria que vocês discutissem um pouco essa dinâmica aqui pessoal por favor, é razoável a gente supor que essa performance tri contra tri mais forte ela veio mais por um *churn* mais controlado do que por venda bruta em si, ou se tiver um componente de crescimento bruto como que vocês conseguiram fazer o controle dessa linha das despesas com vendas ou se tem

alguma alteração de política, alguma coisa um pouco mais estrutural para a gente entender aqui então acho que essa seria a primeira pergunta pessoal, como essas duas variáveis dialogaram entre si nesse trimestre, se vocês puderem responder por gentileza em seguida eu faço minha 2ª pergunta.

**Jorge Pinheiro:**

Oi Gustavo, muito obrigado pela pergunta. É assim, é um pouco de algumas variáveis, vou citar algumas delas. Primeiro assim, São Francisco nos trouxe uma experiência bem interessante de venda própria, time próprio interno e comercial. Com base nessa experiência, a gente vem trabalhando aqui internamente para identificar em que regiões o modelo comercial através de corretoras ou modelo comercial através de time próprio, poderá funcionar, poderemos optar por um ou outro em alguma nova região específica, como também podemos optar pelos dois, ambos em uma mesma região. Nós já determinamos aqui que algumas novas regiões vão seguir exemplo de time próprio, e outras regiões time misto. A gente vem testando que essa modalidade comercial trás custos inferiores aos custos de corretagem que são um canal muito importante, a gente gosta muito de fazer também, mas as características locais e regionais de cada lugar aliados às expectativas de venda vão estar nos determinando onde investir em um dos dois modelos. Além disso, crescimento em alguns segmentos como corporativo, o volume de comissões no corporativo é inferior ao dos canais varejo, então todo esse mix aliado à redução do *churn* também tem feito com que esse trimestre tenha sido positivamente no passado. Acho que é isso. Acho que tem uma segunda pergunta, Gustavo.

**Gustavo Miele, Itaú BBA:**

Tenho sim, Jorge, obrigado por essa resposta, ficou super claro.

Minha segunda pergunta é um pouco mais rápida. Vocês mencionaram no release e até o Guilherme ressaltou ao longo da apresentação sobre o backlog das cirurgias que foi 100% endereçado por vocês ao longo do trimestre. Eu queria só uma atualização como que o backlog dos outros procedimentos evolui ao longo desse segundo tri, se vocês conseguem passar uma atualização de outubro como esses procedimentos acabou sendo endereçado. Seria isso, obrigado.

## **Jorge Pinheiro**

Obrigado Gustavo, é assim como a gente já havia antecipado e vinha antecipando ao longo das últimas interações, o segundo trimestre foi marcado pelo período em que a gente conseguiu zerar todo backlog de procedimentos eletivos que haviam sido solicitados por questões de restrição social, a gente estava impedido de fazer, a gente foi extremamente ativo, aproveitando a primeira oportunidade possível que poderíamos retomar procedimentos cirúrgicos, por exemplo. Nós criamos e inovamos fazendo fluxos diferenciados para que conseguíssemos segurança para os nossos usuários e para toda nossa equipe, que os procedimentos seriam de alta segurança, foi uma decisão muito acertada e muito bem implementada na medida que a gente conseguiu de fato zerar todo backlog de procedimentos cirúrgicos, exames de alta complexidade, ainda no segundo trimestre. A gente vê agora no quarto trimestre um ritmo muito, mas já muito próximo ao pré-pandêmico, ainda em algumas situações não atingiu seu nível de regularidade, mas já muito próximo a gente vê que as pessoas aos poucos que estão voltando a utilizar os procedimentos médicos em ritmos habituais.

## **Gustavo Miele, Itaú BBA:**

Perfeito, Jorge, ficou super claro. Obrigado.

## **Mauricio Cepeda, Credit Suisse:**

Boa tarde Dr. Jorge, Bruno e Nahuz. Obrigado pelo tempo. Bom, não vou ser muito inédito, vou voltar um pouco para a parte do crescimento orgânico, só para emendar nas outras perguntas que já foram feitas. A questão da exploração dos planos individuais nas regiões novas, me lembro que sempre foi uma alavanca e vocês tem frisado como um *up side* e o Nahuz comentou que não necessariamente já tem produto de rede própria, existe algum tipo de esforço que vocês tenham feito no individual apesar de não ter esses desenhos ou isso vai ficar para depois e de forma geral, tanto no corporativo quanto no individual, vocês tem algum tipo de posicionamento comercial um pouco diferenciado para tentar aproveitar

esse momento de mercado em que possivelmente outras operadoras e seguradoras estão pouco mais fragilizados. Obrigado.

**Jorge Pinheiro:**

Legal, Mauricio, muito obrigado pela sua pergunta. É assim a gente vem vivendo estágios diferentes de verticalização nas novas regiões, ou que a gente já inicia o processo de *due diligence* do novo ativo, não só área de M&A atua junto a ela a área de integrações que é uma área que foi toda reforçada e logo nesse momento começa a criação de um book de integrações, esse book conta com uma série de atividades que visam que a gente possa implantar na localidade nosso modelo de negócios, ou seja fazer, a replicabilidade de maneira plena da nossa atuação, por exemplo um dos itens é o de verticalização, logo que ainda em *due diligence* a gente tá avaliando o ativo, o time de integração começa avaliar o nível de verticalização em ambulatorios, em diagnósticos, em serviços auxiliares, em internações das mais diversas especialidades, é mapeado toda aquela região e logo que a gente começa a operar no ativo nós já temos então um plano book muito detalhado, além de verticalização em diversos outros itens, mas já temos um plano muito detalhado de implantação do nosso modelo de negócio. Ocorre que os ativos tem um nível de verticalização sempre inferiores ao nosso, claro que possivelmente nós sejamos a empresa mais verticalizada ex-aquisições do país e do mundo, então logo naquele momento a gente começa a fazer o processo de verticalização que na maioria das vezes é orgânico, mas também pode contar com aquisições, o time de M&A complementarmente comprar algum hospital que fizesse sentido né. Quando temos um modelo nosso implantado na plenitude, que envolve um nível de verticalização esperado, a implantação dos nossos sistemas que tem muita, mas muita tecnologia embarcada, vários aplicativos, ferramentas tecnológicas que nos ajudam a controlar e reduzir sinistro, a controlar qualidade também e as outras sinergias que já são tão claras e óbvias como sinergias de G&A, de suprimentos, no processo de fidelização médica e credenciamento, tudo isso depois que nesse processo implantação vai nos permitindo fazer uma revisão na grade de produtos da cidade daquela região e por consequência na tabela de preço. Nosso objetivo sempre é após implantar o nosso modelo de maneira plena a gente tem segurança que vai ofertar os melhores produtos, com os custos menores custos de maneira responsável e sustentável, ou seja, sendo assim bem acessível, mas sem abrir mão de muita qualidade e isso tem nos ajudado ao longo da histórias, logo que a gente entrou em novas regiões, não só ganhar *share*, mas

também criar mercado, expandir mercado e essas são as características naturais do nosso modelo de negócio que a gente vai seguramente continuar replicando aí Brasil a fora, então nós temos, respondendo objetivamente, nós temos as regiões em situações de maturação diferentes, algumas cidades que a gente já conseguiu implantar o modelo na plenitude outras ainda estamos em curso, isso faz parte do nosso processo de integração. Do ponto de vista corporativo, essa sua segunda pergunta, é claro que é sempre uma oportunidade da gente oferecer o nosso produto numa hora em que a economia foi atingida por essa crise e as empresas estão lançando novas cotações, revisando os benefícios, é uma oportunidade bem bacana e a gente tem aproveitado sim para crescer. Os produtos corporativos são muitos customizados, então a gente tem uma série de possibilidades de customização que passam por medicina de família, de coparticipação, passam por franquia como foi o caso, ambulatório dentro de fábrica quando é necessário, programas de prevenção que nos permitem customizar, entender a realidade daquela empresa, a gente pode criar ou implementar rede própria em alguma região, como foi um exemplo claro de Joinville, assim como várias outras cidades que a gente foi levado pelo cliente em consequência disso, uma nova região planta do nosso modelo, em Joinville especialmente a gente assinou um contrato de longo prazo, é um case bem conhecido do setor, um contrato de longo prazo e durante esse período tivemos tempo hábil para construir não só um hospital de altíssima complexidade, mas também clínicas próprias, diagnóstico próprio, numa rede verticalizada, ampla e integrada e logo depois de começarmos atender a Whirlpool que nos convidou para essa região, nós já conseguimos trazer os três maiores clientes da região, mostrando que esse balanceamento entre qualidade e acessibilidade para gente é muito forte e tem se provado real a cada dia que passa.

**Gustavo Tiseo, Bradesco:**

Olá pessoal, tudo joia, Jorge, tudo joia, Bruno, tudo joia, Nahuz. A gente tem aqui três perguntinhas. A primeira é que veio muito forte, veio bem interessante o crescimento orgânico, a gente queria explorar um pouquinho mais. 25 mil vidas veio do Centro-Oeste, a gente sabe que alguns locais, depende muita da região, tem aquela dependência de usinas, usinas que tem trabalhos temporários, e a gente até recorda que no primeiro e segundo tri teve um pouco menos de crescimento porque acho que de fato essas usinas estarem contratando, eu queria entender um pouquinho, ter um feeling se de fato foi algum impacto

dessas usinas, se teve algum impacto temporário que a gente pode considerar, essas usinas estarem contratando.

Uma segunda pergunta é sobre se consegue tangibilizar um pouco o impacto do covid, se não tivesse o impacto do covid, a sinistralidade deveria ter algum impacto de 5p.p. no 2T? Alguma coisa metade disso, só para gente ter um pouquinho de ideia de como que está esses valores e por último, vocês poderiam dar uma visão de quanto é a comissão dos planos coletivos e quanto é a comissão por vida do plano individual. Só para a gente ter uma comparação de valores, fazendo o favor.

**Jorge Pinheiro:**

Oi Gustavo, muito legal, muito obrigado por essas três perguntas.

Primeiro com relação ao Centro-Oeste, assim da mesma maneira agente saindo aqui do Nordeste acabou fazendo uma consolidação importante do setor aí da região depois nós somos para o Norte conseguimos resultado similar, a gente vem criando novos clusters de crescimento e o Centro-Oeste é um deles. A gente já mapeou com muita profundidade todas as oportunidades dessa região em específico. Começamos primeiro com São Francisco que já tinha operações no Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás, depois fizemos a aquisição lá de América que tinha a presença muito forte em Goiânia, depois fizemos mais três aquisições, uma carteira de plano de saúde em Anápolis depois junto com o hospital que está em construção em Anápolis, compramos mais uma carteira em Goiânia, estamos em construção de um hospital também no Centro-Oeste. Nosso time de M&A e de expansão tem trabalhado fortemente naquela região. Entramos organicamente em Brasília, então a gente já mapeou todas as cidades importantes, todos os polos que caberiam a implantação do nosso modelo e que vocês já conhecem muito bem, então a gente vem implementando esse plano que a gente pretende fazer em curto e médio prazo que é a consolidação dos principais polos de todo Centro-Oeste, então o Centro-Oeste basicamente dentre outras indústrias, ele é muito baseado em agrobusiness que todos nós sabemos que vem puxando o país, a economia do país de várias situações vem conseguindo superar crises econômicas e agora a gente tá muito bem posicionado ,aproveitar não só o Centro-Oeste, mas também interior de São Paulo que a gente tem um plano amplo de expansão, depois do São Francisco já arrendamos mais um hospital em Ribeirão Preto, fizemos três aquisições no interior de São Paulo, estamos construindo

outros três hospitais, têm um plano de verticalização também em ambulatório e etc, então a gente gosta muito e tem feito muito isso é estudar bem a região, se aprofundar, verificar os melhores oportunidades e implantar de uma maneira bem consistente nosso modelo, isso nos dá muita possibilidade de crescimento. Goiânia em especificamente já tinha uma plataforma muito interessante que nos deu velocidade, já tinha hospitais próprios, ambulatórios próprios então a gente incrementou muito rapidamente a rede própria, a gente ampliou leitos, inaugurou um mega pronto atendimento numa das regiões mais populosas de Goiânia, fizemos aquisição de um parque de diagnósticos que operava dentro das nossas unidades lá também, então a gente conseguiu ter resultados mais rápidos em Goiânia, a plataforma já estava mais madura para isso, apesar de ter muita coisa para corrigir e melhorar. Então é um novo *cluster* de crescimento e a gente quer continuar se beneficiando dessa região, dentre outros também.

Com relação à segunda pergunta, prever de quanto seria a nossa sinistralidade se não houvesse covid, é difícil ser assertivo nisso, mas eu posso te dizer que a Hapvida ex-aquisições continua muito bem, muito bem gerida e a sinistralidade esperada para Hapvida ex-aquisições sempre vai estar girando em torno de 60%, pode ser um pouco mais, um pouco menos, já vamos para terceiro ano de companhia listada e vocês tem acompanhado ao longo desse período o quão estável tem sido a sinistralidade Hapvida ex-aquisições. Olhando para as adquiridas, o mercado todo oferece oportunidade de crescimento, a gente vem aproveitando muitas dela, as companhias muito boas elas têm sinistralidade por volta de 70%, a nossa é muito diferente disso, é a única no país, mas a gente compra empresas entre 70 e 85%, às vezes até mais um pouco, 88%, acho que era o caso de Medical, acho que era mais de 85% de sinistralidade e a gente começa daí então uma travessia com toda essa implementação que eu já falei bastante, de verticalização, fidelização médica, sistemas, tecnologia, novos produtos, supply, G&A, as sinergias que vem a reboque de tudo isso, então a gente começa uma travessia e dependendo do nível de maturidade que o ativo apresenta, vai variar o tempo se vai ser mais curto ou mais longo para que a gente traga para níveis de sinistralidade próximas ao do Hapvida. Eu não tenho a menor dúvida e nós somos a única empresa brasileira que pode afirmar isso, que nós temos condições de ter sinistralidade no nível Hapvida em qualquer região do Brasil, hoje nós já temos. Hoje nós temos no Sul, no Centro-Oeste, no Norte, no Nordeste e no Sudeste algumas regiões que a sinistralidade são padrão Hapvida porque já estão com nosso modelo muito próximos ou já foram implantados na plenitude. As outras regiões que ainda estão em processo de implantação, eles vão continuar variando com sinistralidade que começam do ponto de

partida, de 70 e 85% e vão reduzindo à nossa realidade. Então o que vai variar lá no final das contas, onde a gente consegue implantar na plenitude o nosso modelo, a gente vai ter sinistralidade próximo ao Hapvida, 60%, talvez um pouco mais. Naquelas regiões em que não cabe o nosso modelo de maneira integrada, plena e completa, ou seja, pequenas cidades que não cabe um hospital próprio, aí sim a sinistralidade entre 65% até mais próximo a 70%, que é o nível de sinistralidade muito bom, melhor do que o restante do Brasil.

Por fim, respondendo à sua pergunta de comissionamento. Produtos corporativos é de grandes empresas eles vão 30% a 100% de comissionamento, o varejo, planos individuais, 320%, ou seja, o canal varejo paga mais comissionamento do que o dos planos coletivos. Do lado dos planos coletivos corporativos é possível que algumas situações haja pagamento de vitalício.

**Gustavo Tiseo, Bradesco:**

Ótimo, muito completa. Obrigado.

**Jorge Pinheiro:**

Agradecer muito aos nossos parceiros e investidores que conosco nos permitem sonhar em dar acesso as pessoas, em uma medicina de altíssimo padrão, então muito obrigado por estarmos juntos nessa missão tão especial.

Mais uma vez agradeço aos nossos 35 mil colaboradores, 15 mil médicos e dentistas e em especial aqueles em que esse ano se expuseram tanto, muitas pessoas que não pegaram a doença, eu vi e convivi em hospitais da rede própria que de uma maneira heroica e corajosa e até trabalhando mais do que deveriam, é o caso de médicos, que voluntariamente não querem estar longe do atendimento de uma maneira tão humana, cumprindo assim suas missões, enfermeiras e etc. Então agradeço aqui a todo nosso time, especialmente da área hospitalar. Aqui emocionado vai o meu muito obrigado, um grande abraço e um grande beijo a todos que juntos a gente vem passando e superando de maneira espetacular, brilhante, apesar das dificuldades por essa situação toda.

E por fim vai aqui a nossa mensagem aos nossos clientes, muito obrigado e na certeza de que estamos firmes para os atender sempre da maneira mais acolhedora que pudermos, de uma maneira sempre acessível com qualidade. Muito obrigado a todos. Boa tarde.