

Transcrição do Webcast de Resultados do 1T22 Hapvida (HAPV3)

Operadora:

Bom dia a todos e obrigado por aguardarem. Sejam muito bem-vindos a divulgação dos resultados do 1T22 do Hapvida. Estão presentes hoje os senhores: Irlau Machado e Jorge Pinheiro *Co-CEOs*, Maurício Teixeira e Marcelo Moreira (*CFO*), Guilherme Nahuz e Glauco Desiderio, diretores de Relações com Investidores. Destaco aqueles que precisarem de tradução simultânea, que a ferramenta está disponível na plataforma.

Para acessar, basta clicar no botão *Interpretation* e escolher a opção em inglês. Para aqueles que queiram ouvir em inglês, a opção de mudar o áudio original em português, clicando em *mute original audio*. Esse evento está sendo gravado e será disponibilizado no site de RI da Companhia, juntamente com material completo dos resultados. É possível fazer o *download* da apresentação clicando no ícone de chat.

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; escrever o seu nome, empresa e idioma, para entrarem na fila.

Ressaltamos que as informações contidas nessa apresentação e eventuais declarações que possam ser feitas durante esse evento, relativas às perspectivas de negócios, projeções, metas operacionais e financeiras do Hapvida, constituem-se crenças e premissas da administração da Companhia, bem como informações atualmente disponíveis.

Considerações futuras não são garantia de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventuais eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores, devem compreender que condições econômicas gerais, condições de mercado e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro do Hapvida e conduzir a resultados que podem diferir materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora passarei a palavra aos *Co-CEOs*: Irlau Machado e Jorge Pinheiro, que irão iniciar a apresentação. Podem prosseguir.

Irlau Machado:

Olá! Bom dia a todos. Gostaria de dar as boas-vindas a todos nesse momento, onde estamos construindo essa nova história da nossa empresa, nós estamos construindo uma empresa de saúde verticalizada, a maior da América Latina, a maior do hemisfério sul, temos só um

concorrente talvez lá nos Estados Unidos da Califórnia, que é a Kaiser Permanente.

Mas, por outro lado, gostaria de dizer que este foi de fato um trimestre extremamente desafiador. Um trimestre que foi assolado por uma crise de *Covid Ômicron*, assim como uma antecipação de todas as viroses que esperávamos, em termos de Influenza para o 2T, aconteceram no 1T.

Tivemos um ciclo operacional de contas ainda remanescente do 4T de 2021, assolando nossas contas, mas por um outro lado, é um momento mágico onde estamos percebendo exatamente um retorno à normalidade. Estamos com um trimestre desafiador, mas extremamente otimistas em função de que achamos que o fim chegou, e que estamos agora em retorno para a normalidade da empresa.

Nós vamos discorrer sobre alguns assuntos agora, durante o *call*, obviamente nos colocaremos à disposição para as perguntas e respostas logo após esse momento. Vamos lá para a primeira transparência, por gentileza.

Nós tivemos uma receita líquida proforma de R\$ 6 bilhões no 1T, ou seja, façam as contas. Nós estamos realmente com uma empresa de grande porte de R\$4 bi. Se não fôssemos crescer esse ano, que absolutamente não faz parte dos nossos planos, ao contrário, iremos crescer dramaticamente.

Um crescimento de 14,3%, lembrando que durante esse período, nós tivemos uma redução de oito e alguma coisa por cento em preço de planos individuais, afetando Hapvida na ordem de 28% de sua carteira e em torno de 10% de sua carteira de GNDI, obviamente, isso aí, este, eu diria mais ainda.

O 1T é o trimestre mais impactado pela redução dessa precificação dos planos individuais em função de que é 1/12 avos, a partir do aniversário de cada um dos contratos, então estamos agora entrando numa nova fase, que vamos refletir sobre isso durante a apresentação, que é uma expectativa importante de aumentos relevantes na precificação que nos ajudam a tornar isso voltar a um nível mais racional de precificação.

Em termos de beneficiários, estamos com 8,8 milhões de beneficiários, partindo do 1T de 2021, de 7,6 milhões com incremento de 16,1%, nos transforma sem dúvida nenhuma, na maior empresa de saúde do país com folga, se não me engano, quando colocado, não chega ou chega talvez a um terço do que temos, colocando alguns números para cima ou para baixo, mas é mais ou menos isso.

Em beneficiário de odontologia, com 6,5 milhões a escala determinante nesse processo, com 10% de incremento. A sinistralidade caixa, ficou em 72,9%, uma sinistralidade alta para a experiência que ambas as empresas têm no seu conjunto, porém, se retiramos Covid, adquiridas e reajuste que foi absolutamente nefasto, estaríamos em 67,1% número absolutamente adequado, o melhor da indústria, sem dúvida nenhuma.

E agora, cada vez mais, a sinistralidade de caixa, refletindo a realidade Ex-covid, que agora, basicamente, nenhuma das empresas tem pacientes de Covid internados em suas instalações ou pouquíssimos. SG&A no 1T de 16,5%, EBITDA ajustado de R\$ 414 milhões, não era o nosso objetivo, mas eu acho que frente à situação que ocorreu no país, no mundo, nas nossas operações em fusão, acho que foi um número que demonstramos a nossa capacidade de manter eixo erguido acima da água e com boa geração de caixa. Jorge, meu amigo, por gentileza.

Jorge Pinheiro:

Obrigado Irlau. Muito bom. Bom dia a todos! Ótimo falar com todos vocês, antes de nós falarmos um pouquinho sobre sinergias, eu queria reforçar um ponto muito bem lembrado, esse T1 foi marcado basicamente por dois grandes fatores, vamos chamar assim, o primeiro deles, foi naturalmente, essa terceira onda de Covid com a Ômicron que veio acompanhada de Influenza, diferentemente da segunda onda, essa onda, graças a Deus, teve menos gravidade no tocante a complexidade da doença que afetou cada usuário, no entanto, a principal característica dela, é que ela se alastrou com a velocidade muito grande por todo o Brasil, ao mesmo tempo, e por quase todo mundo.

Isso requereu um esforço gigantesco nosso, de todos os nossos times, para que nós conseguíssemos, e de fato conseguimos entregar com muita pontualidade, muita qualidade e se entregando a nossa missão, razão da nossa existência e se ao mesmo tempo ficarmos sensibilizados por aquelas pessoas que mais sofreram nessa terceira onda, por outro lado, nós nos mostramos muito grato a todos os colaboradores, quase 70.000 colaboradores, mais 30.000 médicos, mais 30.000 dentistas, mais dentistas, mas em especial aqueles, que se envolveram no combate a essa terceira onda e dizer que podemos superá-las.

É uma grande notícia, podermos superar essa terceira onda, da melhor forma possível. Então muita gratidão a todos. E o segundo grande fator, esse que nós falamos aqui, foi o *closing* dessa operação tão esperada, tão planejada por todos nós. Vejam que estamos apenas a 90 dias, poucos dias após o *closing* e já caminhamos muito.

Posso dizer para vocês que eu e Irlau estamos muito confiantes, com tudo que a gente tem feito em função da governança que foi lá atrás planejada e que está rodando plenamente aqui nesse prédio, aqui na Paulista, onde estamos aqui agora, onde estão já trabalhando, todos os principais executivos de Hapvida, lado a lado com os times de GNDI, por exemplo, a minha sala está aqui, o vizinho, a sala do Irlau, a poucos passos, assim como todos os nossos principais executivos.

Essa governança, suportada pelos times de integração e por uma consultoria, vem permitindo que nós, com muita disciplina, consigamos entregar isso que vocês estão vendo aqui na tela. Calendarizar todas as iniciativas. Temos uma meta de chegar em fevereiro de 23, com 46 milhões de EBITDA recorrente, chegando até lá em 25% e 15 milhões de EBITDA recorrente,

dentre outras possibilidades que estão sendo mapeadas. Só para dar um pouquinho mais de cor, em algumas das iniciativas, trazemos aqui a solução nacional, que já tem 50.000 vidas assinadas, que estão em processo de implementação de grandes empresas em várias das regiões brasileiras.

Fora isso, está no forno saindo já, um produto nacional, também focado mais para pequenas empresas, focado mais no varejo, ou seja, essa frente vem produzindo muito. Os planos familiares, individuais, principalmente na vertical GNDI, nós estamos batendo meta mês após mês. Foi lançado em uma velocidade gigante e já está presente em dezenas de cidades brasileiras.

Aqui neste campo, o credenciamento cruzado, as possibilidades são gigantes e as iniciativas, várias delas foram implementadas ou estão em processo de implementação de novo, calendarizadas aqui.

Alguns exemplos para vocês: em Joinville os usuários portfólios GNDI, já utilizam da nossa rede própria Hapvida, e ainda em processo de incrementação. Em Santa Catarina, em Florianópolis, o *portfólio* Hapvida já foi direcionado para a rede GNDI.

Assim como no curto e médio prazo, Brasília receberá o *portfólio* de ambas as empresas, como no Norte, Parauapebas, lá e aqui em São José. Todas as cidades que têm mais de 2.000 vidas de ambas as empresas, estão sendo verificadas, qual a melhor solução, se passa por verticalização, se passa por credenciamento cruzado, se passa por transferência de *portfólio* para outra empresa.

Semanalmente às segundas, eu e Irlau trabalhamos com disciplina e passamos cada uma iniciativa, calendarização e implementação dela, dentro do plano de sinergias. Venda de serviços hospitalares, vejo que nós somos Hapvida GNDI, a maior rede de hospitais do país, em número de hospitais, vamos já falar sobre isso.

Tínhamos iniciativas pouco exploradas e principalmente na vertical Hapvida, com a rede que temos hoje, e a que estamos implementando, é uma possibilidade gigante. Já tem uma célula montada, diretoria nova, times já montados, contratados para que possamos capturar o máximo dessa frente.

Sinergias na área financeira, trago aqui um exemplo bem rápido. Amanhã nós vamos liquidar uma operação de debênture que foi lançada há pouco, para reduzir custos financeiros, de uma dívida, por exemplo, que nós tínhamos anteriormente, a CDI mais 2,40% e lançamos a CDI a 1,65%. Fechamos ontem, dado a demanda altíssima, muito superior ao que inclusive esperávamos. Fechamos a CDI mais 1,60%.

Vejam que as sinergias na área financeira, por exemplo, sequer estavam mapeadas aqui e sequer nós havíamos explorado lá atrás, mas são novas oportunidades de sinergia, não está aquele estado, mas sinto também, sinergias na área de *supply*, que são gigantescas e estão

todas calendarizados, principalmente no tocante a materiais e medicamentos. No tocante órteses e próteses, na semana passada vimos várias novas oportunidades, assim como também todo o universo de serviços de terceiros, está devidamente mapeado e nós já temos uma calendarização para fazer frente a todas elas. São muitas as oportunidades, seguindo para a próxima por favor:

Irlau Machado:

Jorge, me desculpe, só retornando uma aqui, só para dar um pouquinho ainda mais de ênfase na sua fala, que foi perfeita. Em planos individuais e familiares, nós endereçamos agora 51 novas praças no Brasil com a venda de planos individuais através da vertical GNDI, utilizando-se muito de tecnologia e entendimento da própria Hapvida, em consonância com o nosso intuito de boa integração.

O credenciamento cruzado hoje já são 54 hospitais com credenciamento cruzado entre as empresas, o que facilita extremamente o processo de verticalização e redução de custo em rede contratada, e isso nos traz, assim, bastante conforto em que fizemos a coisa certa. A união dessas empresas traz, de fato, enormes oportunidades de verticalização, redução de custos, controle de sinistralidade e, por óbvio, em função do que o próprio Jorge falou, a oportunidade de uma venda de um produto nacional.

Jorge Pinheiro:

É isso aí, Irlau, muita coisa foi feita, mapeada e planejada em pouquíssimo tempo e ainda há muito por fazer e ser explorado, onde as possibilidades são gigantescas. Se pudermos ir para a próxima, por favor: falamos de um slide desse material que é belíssimo. Vejam a presença em rede própria, que é essa que é a maior rede de saúde, inclusive integrada do país, tem presença.

Olhem que temos hospitais, clínicas, diagnóstico por imagem presentes em 93% do PIB brasileiro. Algumas regiões acabamos de entrar, como é o caso de Minas Gerais. E se vocês observarem, com pouco tempo de atuação, já são 11 hospitais naquele estado gigante, maravilhoso. O Rio Grande do Sul acabamos de entrar através da vertical GNDI com a aquisição de Clinipam, que nos traz um belíssimo novo hospital próprio.

No Distrito Federal, inauguramos há poucos dias um grande hospital lá no Plano Piloto, que vem acompanhado de três unidades ambulatoriais. Vejam que trazem várias novas oportunidades de crescimento orgânico e inorgânico. São 85 hospitais operando com 7.231 leitos ativos. Lembro que dentro desses hospitais ainda temos leitos inativos, que podem ser ativados a qualquer momento, como foram os casos da Covid.

Lembram bem que ambas as empresas criaram quase 4.000 leitos dentro de unidades existentes, então a rede existente, que tem hoje 7.231 leitos ativos, tem uma elasticidade, além de podermos contar com oito hospitais que estão em andamento, que vão trazer mais de 800

leitos, vamos ultrapassar os 8.000 leitos, além de outros projetos como *M&A*, vamos falar um pouco mais na frente, que já estão em curso e processo de aprovação dos reguladores.

São 77 unidades de PA, com 6 novos PAs sendo construídos, mais 15 clínicas em construção, que vão se somar as 318 clínicas espalhadas por todo país, 269 unidades de diagnóstico por imagem, somos esses perto de 70.000 colaboradores. Então vejam, que essa rede, que é verticalizada muito mais do que isso, estamos trabalhando forte no sentido de integrá-la.

Cada empresa, cada vertical, já era muito integrada e estamos trabalhando para ter uma só Companhia, uma só base de dados, um só repositório de informações, muito além de ser verticalizados, integrados, todo esse manancial de dados médicos, que é algo riquíssimo e poderosíssimo.

Estamos trabalhando com muito zelo e estratégia no sentido de continuar capturando essas informações que vão continuar fazendo a nossa empresa se destacar em prevenção, se destacar em melhores práticas médicas, adquirindo sempre esses procedimentos mais eficientes, utilizando muita tecnologia, muita robotização, inteligência artificial. Ambas as verticais vêm trabalhando forte nesse sentido. Queria pedir de novo para o Irlau nos ajudar a falar muito agora, sobre a ASG, temos grandes novidades em implementação e já implementadas.

Irlau Machado:

Obrigado Jorge, na realidade, isso todos nós aqui já de longa data conhecem o meu apreço e meu carinho pelo conceito de ASG, acho que tivemos algumas evoluções importantes, então somente 80 dias, nós fizemos a estruturação de comitê estatutário de ASG com recomendação do próprio conselho, uma política de sustentabilidade combinada para as duas empresas.

Isso fortaleceu o compromisso de todos com o conceito, a implantação de uma plataforma de *due diligence* de terceiros, o aceite de código de ética e conduta, isso foi tudo muito rápido, absolutamente contundente e com um apreço muito grande por parte do Conselho para que isso fosse implementado de forma contundente dentro da empresa. Fizemos algumas campanhas de conscientização de privacidade e segurança do grupo GNDI, incluindo cartas, cartilhas, workshops, treinamentos de LGPD.

Isso foi bastante apreciado por todo o time, acho que todos nós temos uma consciência importante do nosso papel como empresa e como empresa brasileira. Aprovamos seis políticas, além do Código de Ética de Conduta, que vão nortear agora a nossa empresa combinada, acho isso muito importante. Do ponto de vista ambiental, que é ali um coraçãozinho meu, onde fizemos o início do monitoramento de água e energia da Hapvida.

Já publicamos o terceiro relatório de sustentabilidade GNDI, nós passamos a destinar os nossos resíduos infectantes para uma UPAC. Do ponto de vista social, realizamos palestras referentes a diversidade e inclusão. Nós temos times de inclusão em todos os setores da empresa, um

programa de diversidade, que inclui programas de afinidade por diversidade, consenso com pessoas dirigidas e direcionadas para interpretar, entender e melhorar a situação do processo de inclusão da empresa.

Lançamos a Academia Evoluir, temos um programa enorme de Universidade Corporativa da GNDI, temos agora também na Hapvida e isso são mais de 1.000 cursos para poder desenvolver as pessoas e o Instituto de Pesquisa GNDI e agora também atrelado a toda massa de hospitais da Hapvida já, desenvolveu recentemente 20 estudos nas áreas de oncologia, cardiologia, infectologia, nefrologia, obstetrícia, com publicações de trabalhos com congressos e *trials* internacionais.

Acho que estamos avançando a passos largos nesse sentido de podermos fazer uma contribuição para a comunidade científica, para estruturação de novos protocolos, de novos pareceres a respeito de estudos clínicos com drogas de ponta. Acho que estamos realmente nos tornando uma referência e em breve, com muita força e pujança, na melhor qualidade da atenção à saúde no Brasil.

Jorge Pinheiro:

Agora vamos chamar o Marcelo e o Maurício para continuar a apresentação?

Irlau Machado:

Ah, esse eu gostaria de falar! Desculpe, Jorge, vou interromper. Eu gostaria de falar disso. Nós temos a Companhia combinada com um amplo mercado endereçável e que pouca gente entende esse tamanho desse mercado. Nós temos lá na ANS, 40 milhões de beneficiários. Eu vou lembrar a todos que nós somos uma empresa cíclica e anticíclica. Quando a situação macroeconômica se deteriora, muitos dos contratos à disposição no mercado, nos procuram por uma solução inteligente de saúde, apesar de perdermos vidas dentro de contratos existentes.

E esse é o grupo ANS, onde nós estamos presentes e ganhando share. Temos também uma população sem plano de saúde hoje no Brasil, que ganha em torno de 4,5 salários mínimos por mês, que seria equivalente a uma população que tem capacidade de absolutamente comprar um plano de saúde, como é o nosso caso e nós temos autogestões e autogestões são diversos que também um *target* nosso, se não for para converter em planos de saúde da nossa operação, sem dúvida nenhuma, também podem fazer parte da nossa venda de serviço a terceiros, que hoje, como já mencionamos, se incrementa drasticamente através do volume e capilaridade de hospitais que temos.

Fora da ANS, temos 6 milhões e um total de 119 milhões de beneficiários do mercado endereçável. Então nós temos uma possibilidade hoje de oferecer uma solução nacional de produto nacional a preços acessíveis. Nós temos hoje, do ponto de vista de carteira individual, temos uma excepcional excelência na administração desses planos individuais, vamos lembrar:

na população brasileira, primeiro vem através de todas as pesquisas divulgadas no mercado.

O primeiro desejo é uma casa e depois um plano de saúde. Antigamente era uma casa, um carro, um celular, depois o plano de saúde. Nesse caso, nosso aqui, o segundo maior desejo do brasileiro, principalmente em função do que ocorreu ao longo dos últimos dois anos.

Temos uma capacidade enorme de aumentar a penetração de planos privados em todo o país, lembrando a todos que tão somente 22,5% da população brasileira, tem acesso a um plano de saúde privado, em comparação com os Estados Unidos, que tem 67% e se combinado com o Obama Care, nós estamos falando de 91, 92%.

Existe uma oportunidade enorme de captura de mercado e nós, ambas empresas, estamos no mercado emergente, ou seja, aquele da classe média emergente, que é o que cresce no país e que está super subdimensionada dentro das estatísticas no que diz respeito a acesso a plano de saúde privado. Portanto, estamos no nicho certo, no momento certo, com o preço certo. Acho que temos uma oportunidade enorme de crescimento. Vamos adiante!

Marcelo Moreira:

Ok, obrigado Irlau. Bom dia a todos!

E é justamente de olho nesse mercado potencial, que as companhias apresentam mais um trimestre com um robusto e consistente crescimento de receita, apesar do reajuste negativo para os planos individuais, então se vocês puderem, por gentileza no *slide* sete, apresentaremos aqui, a nossa receita líquida do trimestre. A receita líquida contábil, ela totalizou R\$ 4.841 bilhões, mas aqui é por conta de haver apenas dois meses do GNDI, em função da data de fechamento da operação, que foi em fevereiro.

Mas nós fizemos um trabalho aqui, para compartilhar com todos vocês, de trazer transparência ao longo dos últimos cinco trimestres, voltando desde 2021. Qual foi a receita de cada uma das empresas. Então, no 1T de 2021, o combinado das duas companhias R\$ 5.200 bilhões e fazendo o exercício de proforma que na receita ele até relativamente mais simples.

Apresentamos aqui no primeiro 1T22, R\$6 bilhões de faturamento, como foi dito na abertura desse *call*. Então, é um crescimento aqui proforma de 14,3%. Acho que a beleza desse crescimento é que um crescimento predominantemente vindo de volume, ou seja, crescimento de vidas, crescimento da base de beneficiários.

E nesse crescimento, tenho que destacar, o crescimento orgânico, GNDI trazendo 98.000 vidas de crescimento orgânico ao longo dos últimos 12 meses. Hapvida trazendo outras 72.000 vidas de crescimento orgânico de saúde nos últimos 12 meses. Então é um crescimento sólido e como nós costumamos avaliar aqui dentro, extremamente sustentado. No *slide* oito:

Irlau Machado:

Marcelo. Desculpe, posso retornar um? Só para fazer um comentário e dar mais cor. Este não é o crescimento que nós experimentamos normalmente, nosso crescimento é maior, mas durante este período foi um período realmente, absolutamente difícil, em função até da resiliência da macroeconomia, mas, por outro lado, é um crescimento robusto dentro de um período absolutamente desafiador que nós conseguimos continuar crescendo, continuar gerando valor para beneficiários e crescer o número de vidas. Acho que estamos muito bem posicionados.

Marcelo Moreira:

Ok, perfeito. Obrigado! E no *slide* oito, aprofundo um pouquinho mais na movimentação de beneficiários. Como eu disse, a Companhia obteve um crescimento orgânico e inorgânico ao longo dos últimos 12 meses, consolidando o apelido GNDI na liderança absoluta do mercado. Quando olhamos do lado esquerdo, o crescimento de beneficiários de saúde no 1T21 versus 1T22, um crescimento de 16%, alcançando 8.800.000 beneficiários só de saúde.

Aqui, um breve parênteses. O segundo *player* no mercado tem 3.900.000. Também observamos um crescimento do nosso segmento de odonto, crescendo 10%, atingindo 6.500.000 de beneficiários, nós continuamos enxergando o odonto como uma ferramenta importante de fidelização dos clientes, uma ferramenta importante até melhoria da rentabilidade das operações e temos perspectivas muito boas para continuar no odonto.

Agora, esses são dados dos últimos 12 meses. Vamos olhar aqui a movimentação de vidas do 1T. Então, quais foram os principais *drivers* de crescimento ao longo dos últimos 12 meses? Eu gostaria de primeiro ressaltar que o *M&A* foi, é, e será um importante componente para crescermos as companhias. No passado ele foi importante neste trimestre ele é importante, com 175.000 vidas e continuamos a enxergar, seja através daquelas companhias que já foram anunciadas as transações, mas ainda estamos aguardando o *closing*.

Exemplo HB, Smile, Promed que tem aí pelo menos umas 200, 220.000 vidas já engatilhadas para somarmos aqui, seja através de um novo pipeline que vai se apresentando sempre para nós, e vamos olhando com bastante olhar e disciplina.

Agora além do *M&A*, o crescimento orgânico também foi forte ao longo dos últimos 12 meses. Estamos falando de 170.000 vidas apesar deste trimestre, apesar de um trimestre onde o crescimento orgânico foi negativo, foram 64.000 vidas, nessas 64.000 vidas o que observamos aqui é que a atratividade do produto, através de vendas orgânicas, continua muito forte.

O que tivemos foi um trimestre novamente, onde tivemos um peso maior de cancelamentos e *turnover*. Nos cancelamentos vale mencionar que, o que já dissemos até no mercado ao longo das últimas interações recentes, são dados que muitos de vocês acompanham através dos painéis da ANS.

Então não é novidade para vocês. Só quero reforçar aqui mais uma vez, que sim, fizemos

limpezas de carteira das empresas adquiridas e que isso teve um peso aqui na conta de cancelamentos, assim como no *turnover*, que é uma coisa que reflete um pouco da movimentação da economia para cima e para baixo, nós também tivemos um movimento atípico de um cliente grande, varejista, que um dos segmentos desse cliente, ele acabou encerrando suas operações, que irá reiniciar com outro *player*.

Então acabamos neste momento tendo também um peso maior, que é um cliente até bastante grande do GNDI, mas o que eu acho que é importante enfatizar, é que este trimestre negativo, ele não altera em absoluta ...

Áudio interrompido por Irlau Machado:

Desculpe, Marcelo. Ele vai iniciar a atuação com outro *player* de nome dele, não necessariamente saindo da nossa operação.

Marcelo Moreira:

Perfeito, perfeito, perfeito. Então, o que eu gostaria de enfatizar aqui, concluindo esse *slide*, é que ao fim do trimestre, especialmente quando olhamos os dados mais recentes da ponta de março, é quando vemos um aumento das vendas novas, vemos uma recuperação acontecendo também na venda de produtos individuais.

Enxergamos já uma clara redução do cancelamento e uma redução do *turnover*, o que nos deixa, como eu ia dizendo, absolutamente confiantes de que iremos ao longo do ano de 2022, apesar desse começo negativo, entregar um crescimento orgânico positivo sim e dentro dos patamares históricos que essa Companhia sempre teve e até capturando um pouco mais em cima de um cenário de preços que irá se modificar ao longo do segundo semestre.

Já que comentamos de preço, eu queria dar uma passada rapidamente pelo *slide* nove, nele enxergamos aqui, onde o nosso modelo de negócio possibilita a entrega de produtos mais acessíveis e concebidos justamente para atender a nossa população brasileira.

O ticket médio de saúde, no 1T21, ele foi R\$240 para o GNDI e R\$205 para Hapvida. Esse ticket teve uma tendência de permanecer relativamente estável, até com uma pequena redução. Ajudaram, impactaram isso aí, o reajuste negativo dos planos individuais e também o ticket médio mais baixo das empresas adquiridas. Aqui eu menciono: Promed, Premium Saúde, CCG. Todas essas quando entraram vieram com ticket mais baixo do que a média do consolidado. E agora apresentamos, um novo ticket consolidado de R\$ 218,00. Neste trimestre, basicamente, não houve nenhuma mudança com relação ao histórico dos últimos 15 meses, porque também já comentamos que a enxergamos muito claramente que essa dinâmica de preços estáveis, ela passa a se alterar a partir de maio, com os reajustes dos produtos *premier*, que já é público, e também com a divulgação da ANS do novo reajuste.

O reajuste ANS ainda está sendo aguardado, mas todos os estudos e acompanhamentos que

fazemos e de acordo com o IESS, que é o Instituto de Estudos de Saúde Suplementar do mercado como um todo, espera um reajuste em torno de 15%.

Então acho que o próprio contexto do reajuste *premier*, reajuste dos planos individuais, isso será um componente que irá influenciar os reajustes corporativos, ajustando então um pouco do ticket da indústria como um todo, especialmente quando a gente olha para os concorrentes e enxerga sinistralidade extremamente altas.

Acho que esses são os principais pontos a destacar aqui. Eu gostaria de passar a palavra para o Maurício, para que ele comente o restante da apresentação.

Maurício Teixeira:

Obrigado Marcelo. Bom dia a todos! No slide dez, podemos ver a sinistralidade histórica dos últimos trimestres da Hapvida da GNDI, temos também que a Companhia combinada atingiu 72,9% de sinistralidade no 1T22, tendo sido impactado pela disseminação da variante Ômicron, com maior volume de atendimentos, exames e internações, pelo reajuste negativo dos planos individuais, que tem seu maior impacto neste trimestre e pela maior sinistralidade das empresas adquiridas.

No *slide* 11, fazemos exercícios de qual seria sinistralidade caixa, se desconsiderarmos esses efeitos. A sinistralidade combinada, seria de 72,9%, em linha com o nosso patamar histórico. Para guardar a contabilidade com o histórico individual de cada empresa, gostaria de comentar que, a sinistralidade Ex-covid, reajuste negativo da Hapvida, seria de 62,8% e da GNDI de 72,8% em níveis patamares históricos pré pandêmicos das duas companhias.

Vamos para as despesas agora, no *slide* 12: podemos ver o índice combinado de 6,8% de despesas de vendas sobre a receita e de 9,7% de G&A sobre a receita. Aqui podemos demonstrar nosso forte modelo de gestão das despesas e capacidade de alavancagem operacional. Cabe lembrar que ainda estamos no início do processo de captura de sinergias e, como foi comentado anteriormente pelo Jorge e Irlau, temos encontrado diversas oportunidades de sinergias após a fusão, que impactarão nos resultados dos próximos trimestres.

Na página 13, vemos o EBITDA combinado. Lembramos que estamos de acordo com as normas de consolidação contábil, só estamos consolidando o resultado GNDI, para os meses de fevereiro e março, pois o *closing* da operação foi em 11 de fevereiro. Então estamos falando de três meses de Hapvida e dois meses de GNDI, já que o mês de janeiro da GNDI não foi objeto da revisão de auditoria.

O EBITDA foi impactado pela sinistralidade mais alta, que tende a se normalizar pelo fim da pandemia e pelos reajustes de preços, Marcelo comentou, é o que esperamos em todos os segmentos. Somado a isso, temos a captura das sinergias, que já foram divulgadas ao mercado em nosso *guidance*. No *slide* 14, podemos ver que, apesar do momento desafiador que vivemos, fomos capazes de mostrar forte geração de caixa operacional no valor de R\$ 555

milhões, beneficiada pelo capital de giro e pelo menor pagamento de Imposto de Renda.

Nesse caso, já nos beneficiando dos ágios das aquisições realizadas. A Companhia gerou mais de R\$ 400 milhões de caixa no trimestre, mesmo após o CAPEX de expansão. Passamos então agora a fala ao Jorge para fazer as considerações finais.

Jorge Pinheiro:

Obrigado, Maurício. Aqui no último *slide*, olhando para frente, trazemos e compartilhamos com vocês, onde é que estão nossas prioridades, onde está o nosso dia a dia, o dia em que eu e Irlau, todos os nossos times, os VPs etc, estão pondo suas energias.

Primeiro, naturalmente em crescimento orgânico, onde nós sabemos que no início do ano foi desafiador, mas o mês de março mostrou uma tendência bem legal, que tem se consolidado agora no segundo tri, sinais importantes daqui vêm do varejo, onde o varejo já vem batendo meta de venda e assim como a diminuição do *turnover* das empresas clientes, são sinais de que podemos e deverá sim ter crescimento dentro de níveis históricos de ambas as empresas, que sempre foram superiores ao restante do mercado.

Uma segunda agenda fundamental, importantíssima, já comentamos muito aqui, é manter a disciplina e o foco gigante na captura de todas as sinergias. As possibilidades são enormes, de várias frentes, várias mapeadas e calendarizadas, como também várias outras novas, onde estamos descobrindo no dia a dia.

Um quarto grande *drive* interno que nós temos, é a integração de ativos. Já adquirimos também em casa e em processo de correção, vamos chamar assim. Nós temos muitas oportunidades através do incremento de verticalização desses ativos, através da renegociação com todos os *players*, através da centralização de G&A, etc., de *backoffice*, assim como nessas empresas, a implantação de sistemas e melhores práticas.

Temos muito a colher e a melhorar o resultado dessa empresa combinada, porque são ativos em um grau de maturidade inferior ao que já corre na Hapvida e GNDI. Além disso, tanto a Hapvida quanto a GNDI, já tinham planos importantes no momento de verticalização, por todos os motivos que vocês bem já conhecem.

Aqui, através de novos leitos, diagnóstico, ambulatorios, PAs, vamos aumentar o nosso poder de oferta de serviços, aumentando mais ainda a resiliência do nosso modelo, garantindo mais sustentabilidade para o nosso cliente e utilizando toda essa integração verticalizada, usar toda possibilidade dos dados médicos, já comentamos isso anteriormente, e ser mais preventivo, mais eficiente.

Por fim, robusto *pipeline* de M&A e daqueles já anunciados. Marcelo comentou muito bem aqui, assim como a nossa agenda que continua ultra ativa. Temos um país pouco penetrado. Irlau mencionou que somente 22% das pessoas têm plano de saúde, então nós temos todo esse

universo para percorrer de uma população que anseia ser coberta por planos de saúde.

Assim como temos um país muito pulverizado, com centenas de operadoras atuando com muitas oportunidades. Gostaria de perguntar ao Irlau, se ele quer complementar mais alguma coisa, para depois passarmos

Irlau Machado:

Jorge, seus comentários são perfeitos. Só se eu puder reforçar. Nós estamos agora num momento mágico de crescimento orgânico. Em março veio muito forte. Vemos também uma sequência interessante vindo por vir, nós vemos um plano nacional que foi lançado há pouquíssimo tempo já com contratos firmados, nós temos um *pipeline* de mais de meio milhão de vidas desse *pipeline*, 50.000 já firmados.

Estamos muito interessados e ativos nesse mercado, que é o único como o fornecedor dos moldes que existem no país. Acho que estamos, em termos de integração de ativos, lembrando a todos que ambas as empresas compraram, talvez oito, nove ativas, cada uma, ao longo do ano de 2021.

Estamos no processo de integração dessas empresas e, obviamente, correção de sinistros, sinistralidade, carteiras inadequadas e assim por diante, mas que geram ao longo do tempo um benefício enorme.

E todas as aquisições que fizemos, pelo menos ao longo dos últimos anos, foram extremamente *accredited*. Então estamos muito entusiasmados com esse momento e do ponto de vista de verticalização, só o fato de estarmos agora com 52 instalações já credenciadas em *cross* entre as duas empresas, Hapvida para GNDI e GNDI para Hapvida, e crescendo esse número, à medida que a gente vai fazendo todos os estudos necessários para que esse processo de integração seja adequadamente capturado, nós estamos com uma oportunidade enorme de continuar com a nossa verticalização em tempo e forma e de forma robusta.

E no M&A só como dica, ninguém obviamente com a diligência e com a nossa disciplina, em termos de investimentos, mas nós temos 20 *targets* em nível nacional, observando a cada momento as oportunidades para que nós possamos incrementar a nossa presença também através de aquisições. Com isso, deixo a palavra aos demais.

Perguntas e respostas:

Vinícius Figueiredo – Itaú BBA:

Bom dia, pessoal! Bom dia, Jorge, Irlau, Marcelo, Maurício. Obrigado por pegar a minha pergunta. Eu gostaria de explorar um pouquinho mais a funcionalidade. Acho que, mesmo tentando separar os ajustes vindo de Covid, plano individual, também os M&A mais recentes, nós vemos uma sinistralidade ainda acima do nível pré pandemia. Então, se vocês puderem

explorar um pouco os motivos por trás desse número, ainda estar um pouco acima, se têm efeito do Influenza ou até mesmo de São Francisco ou outras aquisições?

Além disso, faz sentido pensar, ainda, que nós devemos chegar a um nível mais próximo de 61 ou 62% no final deste ano, na vertical da Hapvida? E um segundo tópico que eu queria abordar pessoal, se eu puder. Se vocês puderem comentar um pouquinho do desempenho mês a mês. Imagino que o mês de janeiro deva ter sido mais fraco.

Os números da ANS sugerem que houve um ponto de inflexão de fevereiro para março. Qual seria o principal motivo, acho que vocês comentaram bastante do *turnover*, principalmente na vertical Hapvida. É um marco pior, o que tem afetado mais? E se vocês puderem comentar também o desempenho observado em abril, seria ótimo. Obrigado.

Jorge Pinheiro:

Quer eu comece aqui Irlau falando de sinistralidade e você arremata?

Irlau Machado:

Bota lá, vai embora amigo!

Jorge Pinheiro:

Vamos lá! Olha, estou muito confiante de que a Hapvida e GNDI, depois Irlau nos ajuda, tem todos os fundamentos mantidos e cada vez mais melhorados para que, em condições normais, se apresentem sinistralidade em níveis históricos. Absolutamente nada mudou internamente nas empresas, muito pelo contrário, o nível de verticalização é maior, o nível de investimento em tecnologia, mais conhecimento através de melhores práticas, tudo caminha para mais eficiência.

Por outro lado, é muito importante ressaltar os fatores externos, eles são muito claros e não são específicos para a Hapvida GNID, são para toda a indústria. Para Hapvida e GNDI conseguiram, conseguirão e continuarão conseguindo ser muito mais resilientes. Falando especificamente da vertical Hapvida, lembro bem o que nós estamos sempre falando.

Hapvida junto com as aquisições realizadas há mais tempo, como por exemplo a América lá no Triângulo Mineiro, eles em condições normais, ou seja, recomposto reajuste e sem efeito reajuste individual e sem efeito Covid, ele roda dentro dos seus, algo em torno de 60%.

Já São Francisco, por tratar de um ativo parcialmente verticalizável, metade das operações de São Francisco são redes próprias e a outra metade em rede totalmente credenciada. A nossa sinistralidade alvo já é em torno de 65% e a ótima notícia, que planejamos para fazer isso em quatro anos e chegamos em dois anos. Então, alí em São Francisco, roda em torno de 65% e, por fim, tem o efeito das novas aquisições. Qualquer nova empresa que nós viermos adquirir,

por motivos óbvios, essa empresa entra com nível de eficiência muito inferior ao de Hapvida e GNDI.

Por exemplo, a região de BH, as empresas que nós compramos de Minas, Promed e Premium rodavam com sensualidade superior a 100% ou 110%. Hoje estão rodando com 80%. O processo de melhoria desses ativos, ainda levará meses, conforme a compartilhamos. Então, nós devemos entender sim, as operações maduras, vindo a normalidade, tirando esses efeitos e o processo continuado de melhoria de operações adquiridas. Quer nos ajudar aí Irlau?

Irlau Machado:

Acho que você foi perfeito. Do ponto de vista da sinistralidade, nós estamos retornando a um patamar de normalidade, lembrando-se aqui duas coisas. O primeiro foi o aumento de custos, que ocorreu durante a pandemia e eu sempre lembro a todos que, durante a pré-pandemia, uma luva custava zero R\$ 0,07. No pico da pandemia, esse valor chegou a R\$0,85, ou seja, R\$ 0,85, mais de 1.200% de incremento.

Este valor está reduzido hoje, talvez a R\$0,13, é a normalidade? Ainda não, mas está chegando lá. Então estamos correndo para a normalidade de preços, a normalidade de custos. Do ponto de vista de complexidade, estamos retornando à normalidade.

Tivemos também o próprio evento de Covid, que retardou cirurgias. Tivemos de fazer muito durante o primeiro trimestre, recobrar cirurgias do passado e ainda temos um ciclo operacional nefasto, que é o ciclo operacional da rede credenciada, que demora, 90 a 120 dias até, para o processo de prestação de contas.

Então do ponto de vista de sinistralidade, eu terei zero dúvida de que retornaremos à nossa sinistralidade original.

Concomitantemente com isso, nós temos um aumento de preço que foi muito vendido pelo Jorge, de acordo com organizações terceiras do IESS e todos os cálculos. É muito transparente, o cálculo ANS em termos de ajuste.

Hoje é muito evidente as fórmulas que estão dispostas etc. Com um reajuste, mais uma vez, identificado por terceiros na ordem de 15% ou mais. E do ponto de vista de PME, no caso do GNDI temos 1.300.000 beneficiários de PME, com o reajuste já programado, sabemos em torno de 19%, assim como prevemos num momento de inflação dessa magnitude, tanto a inflação médica como a inflação consumidor, uma argumentação bastante razoável frente a planos corporativos que nós podemos esperar reajustes que sejam adequados a um bom equilíbrio normal e natural dos contratos. E isso, por si só, já reverteria a sinistralidade a níveis históricos e pré pandemia.

Jorge Pinheiro:

Perfeito! Só dois, enfatizando o que você falou. O mês de abril, será o último mês, ou foi o último mês, sem a recomposição de reajuste de planos individuais. Lembro que em Hapvida, na

vertical Hapvida, isso representa mais de 30% do seu faturamento, é relevante, GNDI em torno de 12%. Me corrige Irlau.

E o reajuste sim, ele teve dois efeitos: o reajuste negativo, onde nós reduzimos os preços para o usuário e aquele efeito que o Maurício, Marcelo mostraram aqui, é então, apenas o valor de devolução para o usuário. Olhando para frente, nós deveríamos ter a recomposição, ou seja, são dois reajustes em um ano só, vamos considerar esse biênio.

Então, deixamos de devolver e passamos a fazer o reajuste anual, que deverá dar um número, conforme fontes externas, algo em torno do que o Irlau falou, em torno de 15%. Outro fator muito interessante, é que olhamos a necessidade de reajuste de nossos concorrentes e tem sido muito altos.

Então, nós vemos duas oportunidades. Primeiro, de fazer uma recomposição mais equilibrada, dentro da necessidade, como Irlau falou, com um pouco mais de folga, assim como, por outro lado, possibilidade de crescimento orgânico também, dado que nossos concorrentes estão exigindo muito dos clientes.

Então, em anos como esse, Hapvida e Notre Dame sempre ganham mercado, historicamente, ambas as empresas crescem ganhando mercado sobre o que existe e nós temos todas as condições esse ano para manter essa pegada, assim como é a primeira empresa, em caso de melhora da economia, se beneficiar de uma melhor penetração.

Vinícius Figueiredo:

Excelente! Só sobre o segundo tópico que eu queria abordar, em relação a adições líquidas, se vocês puderem comentar. Como foi a performance de janeiro até março? Imagino que o *turnover* deva ter pesado bastante, principalmente nos primeiros meses. Se vocês puderem comentar como observaram, mês a mês, e o mês de abril, se vocês estiverem com algum cheiro, também.

Jorge Pinheiro:

Quer começar daí, Irlau?

Irlau Machado:

Tranquilo. Olha, o mês de janeiro e fevereiro, primeiramente, vamos colocar o seguinte: o primeiro trimestre, isso não é particular de 2022 não, tá? Se você olhar a cena histórica, pelo menos que eu conheça dentro da nossa empresa desde 2014, os primeiros três meses são muito mornos, frios até, porque você tem uma série de eventos, seja eles de feriado, sejam sazonais, sejam eles de recomposição e repensamento a respeito de orçamento etc., principalmente no foco corporativo. São meses muito mornos ou talvez até frios digamos, e é esperado que exista um momento mais de pacificação ali, ao passo que durante...

Só para dar um exemplo, nós integramos o CCG no primeiro mês. Nós tivemos literalmente, limpeza de portfólio acontecendo na Hapvida, no próprio GNDI em várias instâncias, e era normal tivéssemos um trimestre um pouco mais quieto. O mês de março, em contrapartida, foi estupendo, já retornando a patamares históricos de crescimento orgânico para o mês.

Os contratos corporativos, levam um certo tempo para serem firmados. Mas hoje, de posse do que vemos, estamos muitíssimos animados. Eu e Jorge a respeito da consecução do que havíamos planejado para o ano, independentemente dos dois primeiros meses terem sido mais fracos, então estamos muito animados, está crescendo, está vindo e vindo com força.

Jorge Pinheiro:

Perfeito Irlau! Só enfatizando dois sinais; eu até já havia mencionado, muito positivos: o primeiro varejo se destacando, que mostra sinal da economia real, superando meta, superou em março e abril, foi o melhor mês do ano para o varejo, que foi o mês de abril e o *turnover* das empresas, dentro das empresas, empresas que demitem, nossos clientes que demitem usuários.

Então, diminuiu o *turnover*, ou seja, a demissão nas empresas, ou seja, no canal corporativo, um bom sinal e no varejo, um aquecimento que mostra muito boas possibilidades de crescimento orgânico para o segundo tri.

Irlau Machado:

Só lhe dando uma cor adicional, Jorge, se você me permite. No GNDI, em termos de *turnover*, ou seja, aquele conceito de contratações versus demissões, dentro dos mesmos contratos. Foi o melhor mês em talvez 30 meses do GNDI e a primeira vez que tivemos um turnover positivo, ou seja, mais contratações do que demissões.

Vinícius Figueiredo:

Excelente! Muito obrigado pelas respostas, desculpe me prolongar aqui, só um *follow up* em relação a sinistralidade. Nós vimos, acho que por conta do Influenza ter começado, aliás, ter acontecido mais cedo no ano, devemos imaginar que aquela sazonalidade que sempre enxergamos, que é o primeiro trimestre sendo uma das melhores sinistralidades. Acho que esse ano aqui não faz sentido pensar nisso, não é? Talvez até o segundo trimestre seja um melhor dado, porque você antecipou esse surto, faz sentido pensar isso?

Irlau Machado:

Olha, você me permite, Jorge? Eu concordo com essa exclamação com cavia, ou seja, foi completamente atípico, mas muito mais em função de Covid.

O Covid Ômicron teve uma função nefasta no nosso setor industrial, que é o seguinte: como ele ocorreu concomitantemente com a crise de Influenza, que chegou muito mais cedo, imagine aquela história, não é?

Espirrei, acho que estou com Covid. Vou fazer teste, vou fazer consulta, vou ao pronto socorro, que nunca aconteceria no caso de uma Influenza. Está gripada, com dor de garganta, tomo uma aspirina e me chama de manhã.

Então isso teve um impacto importante no primeiro tri. Acho que, de fato, o primeiro tri foi bastante mais complexo do que deveria ser.

Eu sinto que o primeiro tri, de fato não acompanhou a tendência natural de primeiro tri ser o melhor tri do ano, e o segundo tri, acho que em função até da completa diminuição agora de Covid e a Influenza, ainda tem alguns parâmetros aí, eu diria em termos de freio, crianças, etc. Mas muito inferior ao que experimentamos até em outros anos.

Então, estou muito confiante de que realmente o primeiro tri não foi bom, e talvez o segundo tri, tenha uma performance muito mais interessante.

Leandro Bastos - Citibank

Oi pessoal, tudo bem? Boa tarde. Do meu lado são só duas perguntas. Queria pegar o gancho sobre o comentário de limpeza de portfólio nas adquiridas. Vocês comentaram tanto na Hapvida, como na Intermédica?

Acho que a pergunta era mais, dela ganhar uma sensibilidade, se a impressão de vocês é que o grosso desses ajustes, ele já foi, ou se nós devemos pensar nessa dinâmica mais como um processo contínuo, o que acontece de tempos em tempos? Difícil ter visibilidade, uma cor nessa frente de limpeza de portfólio.

E a segunda pergunta seria entrando no tópico das sinergias, vocês reiteraram o *guidance*, a captura do *guidance* anunciado. Queria só pegar uma cor sobre aquelas sinergias não quantificadas na época da apresentação. E se agora, com uma empresa rodando de maneira integrada, se tem mais visibilidade que seja do quali ou até algum quantitativo sobre as outras alavancas, também? É isso. Obrigado!

Jorge Pinheiro:

Começo aqui, Irlau, sobre limpeza de carteira, depois você melhora a resposta, arremata. Esse é um fenômeno. Vejo que Hapvida e GNDI, nós estávamos fazendo os cálculos Irlau, são 60 operações, me ajuda aí, você tem memória melhor do que a minha, 60 aquisições nos últimos poucos anos. Ambas as empresas têm um histórico de muito sucesso nessa frente.

Isso vem nos mostrando ao longo dos anos, que invariavelmente, qualquer empresa que formos

adquirir, por vários motivos, que não vamos tecer aqui, vocês devem imaginar. A carteira dessas empresas, tem algum componente que devemos fazer ajustes, quer seja por estarem em regiões que não estão na estratégia, quer seja por estarem mal precificados, quer seja porque já eram vidas, que estavam no portfólio, mas não eram mais ativas, ou seja, não pagavam mais, mas estavam ainda na base e isso é muito comum, como aconteceu em uma operação no ano passado que nós tivemos, que nós tiramos da base 25.000 a 30.000 vidas, que eram usuários que não contribuíam há muitos meses ou até anos, mas estavam lá na base de clientes.

Então é comum algo entre 5% a 10% do portfólio de qualquer empresa que nós adquirimos no histórico, que devam fazer algum ajuste no portfólio. Isso demora, dependendo do prazo de implementação de sistemas e de ajuste, pode demorar de 12, no máximo até 18 meses, não mais do que isso.

Depois disso, não tem mais ajustes. A boa notícia é que a Hapvida e a GNDI já fizeram na sua grande maioria todos os ajustes necessários, tem pouquinho coisa, principalmente as mais recentes, tanto Hapvida como a GNDI estão fazendo qualquer ajuste. Na precificação, quando nós fazemos uma proposta para adquirir uma operadora, nós incluimos esse índice, já está lá no nosso preço, essa possibilidade deste ajuste.

Não sei se Irlau quer complementar, e com relação a sinergias, olha, gente! Cada semana a nossa dinâmica é dividida entre, verificar aquilo que já foi calendarizado fora das reuniões de segundas-feiras que temos, eu e Irlau, onde todos os principais times junto com os times de integração e a consultoria que vem nos ajudando.

Nós verificamos aquelas sinergias que já foram mapeadas e calendarizadas. Se elas estão dentro do seu ritmo correto para captura dentro daquele mesmo responsável e têm uma data de implementação. Então essa é a primeira parte da reunião, na segunda parte nós verificamos novas iniciativas e novas possibilidades. Então, semanalmente, isso é um processo dinâmico, mas semanalmente nós verificamos novas oportunidades.

Uma delas eu citei aqui quando nós vínhamos falando cedo, que vem da área financeira. Vocês lembram que nós falamos de sinergias da área comercial, falamos de algumas sinergias da área de custo, porque nós não tínhamos tido a possibilidade de aprofundar. falamos também de alguma sinergia de SG&A, mas nós não tínhamos falado de sinergias na área financeira.

Acabamos de apresentar uma sinergia relevante, dentre várias outras, que é semanalmente dentro desse processo dinâmico, muito disciplinado, nós temos muita confiança de atingir aquilo que projetamos e planejamos, assim como incrementar novas frentes, novas possibilidades.

Samuel Alves, BTG Pactual:

Bom dia, Irlau, Dr. Jorge, Marcelo, Maurício, bom dia a todos. São duas perguntas aqui do meu lado, referentes a efeitos que ocorreram no trimestre. A primeira é sobre a performance do ticket médio sequencial da Hapvida, o que explica trimestre contra trimestre o ticket corporativo da

Hapvida e *standalone* piorar? Mais para entender se existem *downgrades* ocorrendo dentro do mix de planos da Companhia.

Se a Companhia está precisando ser mais agressiva em preço para reter clientes. Essa é a primeira pergunta e a segunda é mais um *follow-up*, ainda no tema de MCR. Mais para entendermos, por que tem uma piora sequencial de *loss ratio* na Intermédica, mesmo excluindo gastos de Covid, uma piora importante, temos uma piora de mais de três pontos, mesmo com o ticket da Intermédica subindo trimestre a trimestre.

Mais pra entender se teve alguma baixa contábil ou alguma coisa adicional, fora os efeitos de Influenza adicional que vocês mencionaram, que explique essa piora sequencial? São esses dois pontos, obrigado.

Jorge Pinheiro:

Irlau, começo aqui com ticket médio Hapvida, depois você nos ajuda com MLR. Bem com relação ao ticket médio Hapvida, os motivos são bem claros. Imagina, por hipótese, quem pagava R\$ 100,00 de plano individual, no ano passado, passou a pagar R\$ 92,00. Os planos individuais têm o maior ticket médio dentre todos os portfólios de Hapvida, e a partir do próximo de agora, de maio, ou seja, quem estava pagando os R\$92,00, vai agora ter essa recomposição, vai passar a ter 108, vamos dizer assim, grandes números.

Claro que o ticket médio planos individuais da Hapvida R\$200 alto, R\$200 é alto. Então imagine que 30% do portfólio e algo um pouco mais do que isso, do faturamento houve um reajuste no faturamento negativo, que hoje começa a ser totalmente recomposto a partir do mês de maio, 1/12avos todo mês, até a recomposição total, este é o primeiro motivo.

Segundo motivo é a aquisição de empresas com ticket médio menor, notadamente, os ativos: Promed e Premium, que têm precificação inferior a Hapvida. Na dinâmica, tirando esses dois aspectos, o ticket médio Hapvida, continuou crescendo em linha ali, conforme a inflação. Ou seja, nenhum efeito adicional a esses dois.

Esse ano, estamos bem confiantes em recomposição de preços, não só por conta do plano individual, como eu falei antes, quando tivermos um pouco mais de espaço para reajuste, dado que os nossos concorrentes têm necessitado como historicamente, assim o é, muito mais reajuste do que nós. Então, lá para o PME, em Hapvida nós já implementamos 16% e uma fração, já o GNDI veio 18% e uma fração depois o Irlau nos corrige.

Dos afins, vem algo em torno disso. No individual vai ser algo em torno de 15% e já nos planos corporativos, essa dinâmica é mais customizada, dependendo da sinistralidade da empresa etc. etc. Mas esse ano nós deveremos ter uma boa recomposição de preço.

Irlau Machado:

Se você me permite, Jorge, eu acho que boa parte da minha resposta reside na resposta do próprio Jorge, por MLR, ou seja, as perdas, algo ser a sinistralidade, ela é uma função de receita versus despesa. No caso GNDI, por mais que tenham sido só 10% de impacto ou 12% desculpa da receita impactada por um reajuste negativo, ele foi negativo por parte da ANS, do reajuste autorizado.

Concomitantemente com isso, nós tivemos também algumas empresas que vieram com sinistralidade alta, foram oito empresas adquiridas ao longo do ano de 2021, que nós estamos agora definitivamente ajustando aos nossos protocolos, a nossa moda, a nossa forma de trabalhar etc. Concomitantemente com isso, houve de fato um aumento dramático no preço de medicamentos e de insumos hospitalares, que em alguns casos, mais de 1.000%.

Mas mesmo, e óbvio, nós da GNDI, estávamos mais expostos a uma rede contratada em função do nosso *footprint*, da nossa localização e dos nossos clientes. Por outro lado, nesse momento, o que vemos é: integração das empresas que adquirimos, trazendo melhoria em termos de processos e, obviamente, em termos de melhor utilização dos nossos recursos, a verticalização adicional que se cumpre através da nossa adotada junção dos negócios com a Hapvida e utilização de recursos cruzados.

Isso também tende a melhorar drasticamente a nossa verticalização e, portanto, a nossa sinistralidade. O que vemos nesse momento é uma oportunidade que já tivemos, como eu bem disse, agora há pouco tempo, são 52 hospitais, 51 hospitais neste momento. *Cross* contratados e ampliando aos centros clínicos. Então temos uma oportunidade enorme ainda de redução de sinistros.

Mas a sinistralidade foi fruto disso, um aumento dramático de custos, Covid, Influenza e ao passo de que temos uma exposição maior à rede contratada. Nesse momento, estamos reduzindo a rede contratada, reduzindo o custo dos materiais e insumos em função da macroeconomia e da disponibilidade de insumos. E ao passo que estamos tendo reajustes de preços contundentes, fruto do cenário que vocês todos conhecem. Eu acho que estamos indo numa muito boa linha.

Ricardo Boiatti, Banco Safra:

Boa tarde, pessoal! Obrigado por pegar a minha pergunta. Só um *follow-up* rápido em relação ao crescimento orgânico, queria entender se na visão de vocês, tem algum impacto conjuntural também neste momento, dado que em momentos anteriores de desaceleração econômica, enfim, competidores nas grandes seguradoras, por exemplo, não tinham produtos um pouco mais acessíveis quanto eles têm hoje, com segmentos intermediários ainda mais caros do que os tickets médios de Hapvida e GNDI, mas com uma oferta um pouco mais rica nesse segmento intermediário.

Queria entender se isso tem impactado de alguma forma, bem como a competição, um pouco mais acirrada que vimos nos últimos meses. Se essa competição já está se normalizando com

a agressividade comercial de alguns *players* em algumas regiões, se ela já está se normalizando ou se ainda tem um nível de agressividade excessivo? Essa é a primeira pergunta.

E a segunda só com relação ao M&A, vocês comentaram sobre a agenda bastante rica, de um pipeline de M&A bastante rico. A minha pergunta: se vocês chegaram a cogitar dentro dessa conjuntura um pouco mais desafiadora dos últimos trimestres, potencialmente com alguma desaceleração econômica daqui para a frente?

Se a Companhia chegou a considerar desacelerar um pouco o M&A daqui para frente, focar 100% na integração, e no que a Companhia tem dentro de casa para ganhar de eficiência ou não, se vocês estão supertranquilos de que dá para fazer mais M&A ao mesmo tempo que a Companhia está integrando a fusão como uma integração grande, além de adquiridas nas duas verticais. Obrigado.

Irlau Machado:

Jorge, posso começar por aqui e você arremata aí?

Jorge Pinheiro:

Vai lá, vai Irlau!

Irlau Machado:

Vou responder primeiro à segunda pergunta: assunto de M&A, acho que ambas as empresas foram muito fortuitas no conceito de desenvolverem equipes internas de, não só M&A, mas como também de integração e, em separado por algum tempo. Então acho que fizemos um *playbook* nesse sentido, nós conseguimos, vamos dizer brincando, conseguimos mascar chiclete e ler ao mesmo tempo.

E eu acho que temos feito muito bom trabalho nesse sentido. Lógico, que custo de capital é algo importante para nós e que estamos, obviamente, olhando as oportunidades, entendendo isso e buscando exatamente os mesmos retornos e *tears* que podíamos imaginar para este momento mais desafiador em termos de taxa de juros.

Mas não estamos esquecendo ou deixando isto de lado de forma alguma. Nós estamos quase 20 *targets* que estamos em conversas e no momento certo e pelo preço certo, estaremos também engajando outras oportunidades.

A primeira pergunta me lembra aqui, que era assunto de crescimento orgânico, ambiente competitivo, eu acho. Não foi?

Ah, isso! Crescimento orgânico e movimento competitivo. Vamos lembrar o seguinte: o segundo

trimestre de 2020, foi um trimestre mágico para todas as fontes pagadoras, mas ele foi nefasto, porque ele determinou algumas percepções equivocadas em toda comunidade, na realidade. Uma parte da comunidade achou “ah então essas empresas estão ganhando muito dinheiro”. A outra parte achou “ah então esse sinistro bom, então eu posso precificar meu produto mais baixo”.

Nós fomos muito disciplinados. Hapvida e GNDI, somos muito parecidos nesse sentido e acho que é um fator absolutamente positivo, porque eu acho que demonstra experiência de longo prazo. Nós não fomos levianos no assunto de precificação ou de cálculo atuarial para o futuro do preço das operações e do custo das operações.

Então, nós tivemos esse momento em que houve uma agressividade maior por parte de alguns concorrentes, e que na minha opinião, estratégia que bateu com a cara na parede de fazer barulho, pois você tem e alguns de vocês podem, eu não vou falar de nomes de concorrentes, obviamente, pois vocês têm acesso não só ANS, mas a balanços e veem que alguns têm índices combinados de 108%, 106%, 102%, ou seja, perdendo dinheiro operacionalmente.

E nós não chegamos a esse ponto, muito ao contrário, estivemos ainda bastante robustos resilientes, estruturados, de forma que hoje a precificação que existe do lado dos nossos concorrentes, é uma que não satisfaz necessidade operacional, tem uma necessidade importante de aumento de preços contundente e no nosso caso, não é isso a realidade. Nós podemos ainda expandir um *gap* que temos em termos de preço da nossa operação, dos nossos produtos versos os produtos dos demais.

Então eu acho que é um momento competitivo muito auspicioso para o grupo Notre Dame, Hapvida Notre Dame Intermédica. Acho que isso vai ao encontro, desse nosso otimismo. Jorge e meu.

Jorge Pinheiro:

Perfeito Irlau. Só mais um ponto bem rapidamente para reforçar, nós notamos que a venda está legal. O volume de vendas está bom e agora se soma a uma ótima notícia que o *turnover* das empresas vem reduzindo. E isso vai fazer com que as adições líquidas continuem aumentando. Então, o componente “venda” está legal, não só do *corporate* como do varejo. E agora, com a normalização do *turnover* das empresas, que depende muito mais de macro, isso vai nos dar grandes possibilidades de forte crescimento.

Irlau Machado:

Além disso, Jorge, neste momento, até um pouco mais de turbulência, o volume que nós temos de pequenas e médias empresas, entrando na organização de forma dramática, é enorme. Nós estamos hoje tendo volumes recordes históricos dos últimos dez anos, em termos de PME. E então isso eu acho que é muito produtivo.

Fred Mendes, Bank of America.

Perfeito, vocês me escutam agora? Obrigado, pessoal! Bom recomeçar aqui. Peço desculpas. Obrigado pelo *call*, eu tenho duas perguntas do meu lado, acho que a primeira, se eu puder voltar um pouquinho na parte do orgânico. Eu sei que é difícil dar essa sensibilidade, mas é entender um pouquinho da sensibilidade preço em relação a esse crescimento orgânico, que tem uma expectativa. Como vocês colocaram na última pergunta, que uma vez que os competidores aumentarem o preço mais do que vocês, teoricamente vai ter um *pick up* forte nesse crescimento orgânico. Então queria entender se é basicamente preço, ou seja, se deixa X por cento emelar na mesa, você consegue crescer X por cento orgânico, ou se tem outro fator desse crescimento orgânico, essa é a primeira.

E a segunda, é em relação ao plano individual da GNDI vocês colocam no *release* 43% das ações foram concluídas, é só para entender um pouquinho, o que isso seria dos produtos totais a serem oferecidos, 43% já estão na rua, algo nessa linha. E se esse individual abre somente em São Paulo, se já deve ser algo representativo e no segundo tri dos net adds? Obrigado pessoal!

Jorge Pinheiro:

Irlau, se eu puder começar aqui, depois você arremata aí com o GNDI individual. Do ponto de vista orgânico, em preço de venda. Tanto o Hapvida como o GNDI já fizeram suas recomposições de tabelas para esse ano. A Hapvida historicamente, na vertical Hapvida são dois reajustes, um em janeiro que já foi implementado, e outro que já foi ajustado, que deverá estar entrando agora no final do primeiro semestre.

Então, são duas recomposições anuais. Historicamente assim é feito, então não tem nenhuma mudança em dinâmica preço, ressaltando e lembrando que nós já fizemos a recomposição necessária e aí o Irlau pode falar um pouco mais. Sei que a GNDI, na vertical GNDI, já foi feito a recomposição de preços para esse ano, novas vendas, e de individual, não é Irlau? Já está indo bem, está indo muito bem, batendo suas metas de venda do individual, dos novos produtos, não é isso?

Irlau Machado:

É exatamente, Jorge. No individual, nas praças onde, vamos lembrar uma coisa: o GNDI já comercializava planos individuais em várias praças, principalmente no Sul, onde nós adquirimos operações que tinham operações individuais. Nós continuamos vendendo e aceleramos as vendas e agora iniciamos a venda em 51 praças diferentes. Estamos trabalhando e já passando de todas as metas que estabelecemos. Do ponto de vista de precificação, como bem disse você, Jorge, nós já fizemos um reajuste em janeiro e fizemos um reajuste agora para maio, exatamente para refletir os custos da operação. Então acho que estamos muito bem equilibrados nesse sentido.

Maurício Cepeda, Credit Suisse:

Oi, Dr. Jorge, Irlau, Maurício, Marcelo, bom dia. Eu tenho três perguntas, um pouco mais sobre o futuro aqui. Nós entendemos que vocês têm um esforço evidente de verticalização, justamente é a proposta de valor de vocês para conseguirem um produto comercial bem mais eficiente, mas também vemos que existe um tempo que demora para conseguir verticalizar operações, as vezes, em alguns casos, até menos, uma verticalização total.

Então, a minha pergunta é, se não seria o caso agora que tem uma questão de crescimento orgânico na mesa para acelerar esse crescimento orgânico, que não seria o caso de talvez fazer algumas ofertas, mesmo que não sejam ótimas, mesmo que não seja o nosso plano nas regiões novas, ao ponto de manter o nível de beneficiários. A segunda pergunta é sobre M&A também, sei que meus colegas já perguntaram.

Mas se não é a questão agora de talvez vocês focarem os M&As, mais na questão da verticalização do que na aquisição de beneficiários. E a segunda, quer dizer, a terceira pergunta é sobre sinergia. Entendo que vocês tomaram uma decisão consciente de manter uma independência de estrutura por um tempo, mas se agora, dado que ainda tem uma rampa de sinistro para ser atacada, mais porque tem uma rampa de ticket também que ainda deve acontecer, se não é o caso de tendo essas margens um pouco menores, de acelerar os ganhos de despesas gerais administrativas no meu tempo, a ponto de tentar fazer uma ponte, digamos, para a situação ideal de vocês no futuro? Muito obrigado.

Jorge Pinheiro:

Quer começar daí Irlau?

Irlau Machado:

Posso. Eu acho o seguinte, nós temos que entender o seguinte, neste momento, o que temos é um momento atípico, é um momento de um trimestre ruim do ponto de vista macro, mas mais em função da crise sanitária do que qualquer outra coisa, do ciclo operacional das empresas. Obviamente, isso nos afeta, e não acho que nós deveríamos fazer nesse momento, agressividade específica em preço, muito pelo contrário.

Acho que essa disciplina é absolutamente fundamental. No momento em que você erra em um cálculo atuarial, uma empresa como a nossa, numa empresa no nosso setor, ela tende a trazer um malefício por três anos, onde você pra corrigir esse erro, esse entusiasmo, que não é verdadeiro, demora três anos para você corrigir esse problema. Não devemos fazer isso.

Nós temos que ser fiéis à nossa disciplina, ao conceito e a exatamente o entendimento que nós temos dessa indústria de longo prazo. Não devemos fazer coisas malucas que vão fortalecer o resultado por um trimestre e enfraquecer o resultado por três anos, não faz o menor sentido isso. Eu acho que nós já desenvolvemos ao longo dos últimos oito ou vários anos, uma

credibilidade de mostrar a vocês que temos disciplina e nós queremos manter essa disciplina, caso contrário, vamos encerrar em resultados muito medíocres no longo prazo e talvez até piores do que temos. Eu acho que essa é uma primeira resposta. Jorge, vai aí!

Jorge Pinheiro:

Só complementando, é perfeita a sua resposta, mas eu acho que a ótima notícia é muito pelo contrário. Eu acredito que nosso modelo, esse que nos permite ter controle quase que absoluto de toda a experiência do cliente, levando a proposta de qualidade, mas também caiba na realidade financeira dele próprio e das empresas, das famílias e das empresas.

Eu acho que esse é o modelo que é extremamente sustentável, a curto, médio e longo prazo. Ele é que vai continuar nos mantendo o grande consolidador orgânico e ele que vai continuar nos mantendo grande consolidador orgânico, e inorganicamente do país. Essa disciplina, essa, essa nossa proposta de valor, de nos manter firmes, firmes no nosso trilho, que provavelmente é aquele de sucesso, é fácil quando se olha qualquer outra experiência diferente da nossa.

E temos conseguido olhar os resultados difíceis do mercado como um todo, enquanto nós continuamos mesmo no trimestre desafiador como esse, pagando todos as demandas necessárias de uma terceira e forte onda de Covid, a empresa continua gerando caixa, continua com a saúde necessária que nos permita continuar verticalizando, fazendo as aquisições necessárias.

Com relação à aquisição que você perguntou, Maurício, sim, tem *M&A* no nosso *pipeline* para incrementar a verticalização, GNDI acaba de, há poucos meses anunciou a aquisição de um hospital no Rio. Há pouco tempo, nós anunciamos também a vertical Hapvida a dois hospitais lá em Minas, três, aliás, hospitais em Minas. Então sim, no nosso *pipeline* tem incremento de verticalização via *M&A*.

Caio Moscardini, Santander:

Obrigado pelo espaço. Duas perguntas: sobre o plano nacional queria entender um pouco sobre a precificação do produto, qual o nível de preço que ele deveria rodar. E uma segunda relacionada, que seria sobre sinistralidade. Vocês já discutiram um pouco sobre o impacto material do medicamento no Estado, até o Irlau comentou sobre o incremento de preço de bulbos etc. Fazendo referência aos três hospitais, essa linha girava em torno de 19%, 20% da receita, foi para 24%, 25% em alguns casos. Queria entender por que essa linha está rodando para vocês? Porque ela era pré pandemia. E vocês esperam voltar aos níveis históricos ou até abaixo por conta da nota fiscal pós fusão? Obrigado.

Jorge Pinheiro:

Vou começar aqui Irlau, e depois você nos ajuda. Com relação à inflação de materiais e medicamentos, sim, no ano passado houve uma corrida mundial e isso em itens relacionados

à assistência à pacientes com Covid, os preços estouraram. A nossa meta aqui de Hapvida e GNDI, é garantir pelo menos nos nossos orçamentos, que a inflação de *Mat/Med* seja inferior à inflação geral.

Nós estamos trabalhando firmemente nisso e vem conseguindo. Os preços têm baixado, não chegamos ainda a níveis pré pandemia, lá atrás, em valores absolutos, lá atrás, em pré pandemia. Mas, dado que nós temos uma série de outras possibilidades de desenvolvimento de novos fornecedores, de revisão de unificação de fornecedores, para rodar a todas as empresas fornecerem a todos os nossos hospitais.

Estamos conseguindo, em uma velocidade importante, reduzir o preço de aquisição de materiais, medicamentos e órteses e próteses também de uma maneira geral. Então, essa é uma das iniciativas que estamos bem, e bem seguros de que vai trazer muitos ganhos, não só os gerados pela sinergia dessa fusão, como individualmente, as empresas já vinham trabalhando forte no sentido de reduzir o custo de aquisição e já tinha muita coisa muito bem implementada.

Com relação ao produto nacional, nós temos os primeiros contratos já assinados, nós já mencionamos que foram 50.000 vidas de contratos corporativos que estão em processo de implementação e tem um *pipeline* robusto pela frente. É uma opção que permite que nós tenhamos um custo local, custo regional para uma empresa que tenha usuários em cinco regiões ou menos, mas que tem amplitude nacional.

Agora nós estamos em desenvolvimento de um novo produto, que permitirá o atendimento em todos os nossos hospitais. E nós ressaltamos aqui, quão larga é a nossa rede própria. A presença dela é onde praticamente todo o Brasil está através dos grandes centros. Então, são duas frentes aqui, uma do produto sobre uma solução nacional que permite preços locais, de uma maneira integrada e outro um produto nacional, que permeia o atendimento por toda a nossa rede.

Joseph Giordano, JP Morgan:

Obrigado por pegar a minha pergunta. Queria explorar isso. Foram vários tópicos aqui. Falou-se muito de plano individual, queria explorar principalmente quando vocês falam do plano *business*, dizem que é um plano voltado para uma idade até 48 anos e é pré fusão.

Aqui nós tínhamos um projeto da Intermédica dentro do plano sênior, então queria explorar aqui, se essa oportunidade ainda continua na mesa e até também entender o que é esse nível de sinistro desenhado, para esse tipo de produto? Até porque o *churning* aqui em São Paulo, será muito mais baixo do que nós enxergamos na carteira da Hapvida individual. Obrigado.

Irlau Machado:

Olha, nós continuamos muito animados com nosso plano sênior. Esse plano foi desenhado e

olha, tivemos os nossos entraves, porque nós lançamos esse plano dois meses antes da pandemia se difundir e onde o sênior era o mais impactado do ponto de vista de risco no princípio da pandemia. Nós tiramos o pé do acelerador no começo, mas fizemos em duas praças um trabalho muito pormenorizado de piloto.

Entendemos que era um plano absolutamente fantástico e começamos a difundir isso em outras regiões. E, com o advento da fusão, nós tivemos auxílio até da tecnologia e conhecimento da própria Hapvida na administração de planos individuais, expandimos isso para outras faixas etárias. E por isso que também fomos a outras 51 municipalidades. Eu acho que a sinistralidade que esperamos aí era a sinistralidade relativa a PME, lógico que não podemos prometer isso, mas o conceito é de uma sinistralidade por volta de 65% a 70%, esse é o objetivo.

Operadora:

A sessão de perguntas e respostas está encerrada, agora voltamos a palavra para os *Co-CEOs* para as considerações finais da Companhia.

Irlau Machado:

Vai lá, Jorge.

Jorge Pinheiro:

Agradecer a todos e dizer do nosso compromisso com os fundamentos da nossa Companhia. Agradecer aos colaboradores por termos passado por esse momento importante, onde nós pudemos cumprir a nossa missão, mais por ter superado ele da melhor forma possível. Agradecer aos investidores pela parceria e agradecer todo o time GNDI por estarmos juntos, Irlau, nessa empreitada.

E vamos firmes, vamos em frente, cumprir e entregar todas aquelas possibilidades que estão na nossa frente. Obrigado a todos. Irlau!

Irlau Machado:

É isso aí, Jorge. Muito obrigado. Eu acho que é um obrigado a todos. Relembro a todos, que nós, ao longo dos últimos vários anos, tivemos uma postura de transparência, credibilidade, entrega em cima daquilo que nós oferecemos. Estamos convictos do que nós propomos e do que entregaremos.

Esses momentos de dificuldade que acontecem, ocorrem mesmo em função de fatores exógenos, principalmente do que tivemos, que foi absolutamente esdrúxulo, de uma crise sanitária, da magnitude que todos nós vivemos.

Mas que estamos agora em linha para uma recobrada, os princípios que nos norteiam

continuam os mesmos: verticalização, redução de custo, disponibilidade de produtos a preços acessíveis e um mercado algo absolutamente pujante que nós podemos endereçar através dos produtos que nós temos a preços acessíveis. Estamos muito confiantes no futuro, e contamos com vocês.

Agradecemos muito a confiança ao longo desse tempo e continuamos a confiar em vocês também. Um forte abraço a todos.

Operadora:

O evento para divulgação dos resultados do primeiro trimestre de 2022 do Hapvida está encerrado. As áreas de RI permanecem à disposição. Muito obrigado aos participantes e tenham uma boa tarde.