

Transcrição da Teleconferência de Resultados do 1T19 Hapvida (HAPV3 BZ)

Operadora:

Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da Hapvida referente aos resultados do 1T19. Estarão presentes hoje os senhores Jorge Pinheiro, CEO; Bruno Cals, Diretor Superintendente Financeiro; e Ivan Bonfanti, 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 ajuda de um operador digitando *0.

O áudio está sendo apresentado simultaneamente na Internet – no endereço 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:

Olá, muito bom dia a todos. Agradecer a todos que estão conosco para compartilhar um pouco do que aconteceu no nosso 1T, em especial os nossos parceiros investidores e todos os colaboradores que eventualmente estão escutando.

Antes de passar a palavra para o Bruno e para o Ivan darem todos os detalhes dos resultados do trimestre, eu queria ressaltar alguns pontos que aconteceram que julgamos mais relevantes.

Primeiro, do ponto de vista de crescimento. A empresa, conforme o histórico, vem crescendo bem mais forte que o restante da indústria, e a nossa expansão, comparando com o 1T do ano passado, foi de 5,5% para planos médicos. Falando só de planos odontológicos, a nossa expansão foi de 14,6%.

Falando um pouco sobre o segundo ponto, sinistralidade: apresentamos 58,5% de sinistralidade no 1T. Como todos já bem sabem, o 1T e 4T na nossa empresa, dadas as questões sazonais, apresentam um volume mais baixo de sinistro, reduzindo mais a sinistralidade, enquanto o 2T e o 3T são um pouco mais altos.

Se compararmos a sinistralidade com o 4T18, tivemos uma redução significativa. Já comparando com o 1T18, em que tivemos uma sinistralidade excepcionalmente baixa, inclusive para os nossos padrões, foi mais alta. Mas podemos ver que 58,5% está

entre os dois patamares do 1T e 4T do ano passado, abaixo do 60% e fortemente baixa, inclusive comparando com o restante de toda a indústria nacional.

Um outro ponto que eu gostaria de ressaltar é que fizemos a aquisição da Infoway que é uma empresa que traz 500 mil vidas de TPA, somadas às nossas 300 atuais, teremos 800 mil vidas nesse segmento, de administração de planos de terceiros.

Além disso, o que eu queria ressaltar é que essa empresa tem um time espetacular, que vem desenvolvendo novas tecnologias, especialmente no campo na inovação e transformação. Tanto é que o Ney, que é o presidente da Infoway, inclusive sócio majoritário, já está fazendo parte do Comitê de Inovação e Transformação da Hapvida e já tem contribuído fortemente.

Um outro ponto que eu gostaria de ressaltar com todos vocês, é no quesito de verticalização. Caminhamos com bastante força. Inauguramos uma nova unidade de Pronto atendimento no Ceara, temos três novos laboratórios que estão em fase de conclusão, que estarão situados em cidades onde hoje utilizamos rede credenciada, vários novos equipamentos de diagnóstico por imagem estão sendo instalados, o que vai aumentar ainda mais a verticalização (05:04) em exames.

Três novos PAs serão inaugurados ao longo dos próximos meses em cidades onde utilizamos serviços de urgência de terceiros, de rede credenciada e, por fim, várias novas unidades serão instaladas para que aumentemos a verticalização em serviços como fisioterapia, fonoaudiologia, psicologia e terapia ocupacional em várias cidades.

Estamos seguros de que a verticalização, como sempre faz, melhora a qualidade assistencial e reduz o nosso sinistro.

Outro ponto bem importante é no quesito de prevenção, protocolos, padronização, ou seja, esse pacote todo que nos ajuda a entregar uma qualidade assistencial maior ainda e mesmo assim reduzir sinistros.

Queria ressaltar do ponto de vista de prevenção primeiro. Estamos ampliando e fortificando os trabalhos e os programas, como por exemplo diabetes, hipertensão, gravidez, levando a outras cidades. Essa semana, por exemplo, demos a partida no programa de gravidez em Manaus.

Todos sabem, só para citar como exemplo, que esse programa tem reduzido a quantidade de partos cesáreos, aumentando os trabalhos naturais, reduzindo assim o custo desnecessário na unidade de terapia intensiva neonatal, melhorando a qualidade assistencial e baixando custo.

Além disso, temos ampliado o programa de médico de família. Cada vez tem mais crescido e já soltamos para venda na segunda praça, dessa vez Joinville. Temos trabalhado com também outros programas, como por exemplo de nefropatias.

Com relação a protocolos, estamos caminhando com muita velocidade. Primeiro, eu queria ressaltar os protocolos nas urgências, que todos vocês bem sabem que são protocolos instalados, interativos, dentro do nosso sistema, com todo o racional de utilização, o que faz com que tenhamos um atendimento mais racional e mais efetivo, melhorando a qualidade e reduzindo custos.

Temos instalados em todas as urgências, os protocolos, e com os ajustes que temos feito, nesse último mês conseguimos reduzir bruscamente a quantidade de exames

desnecessários nas urgências. Além disso, temos um time forte que envolve médicos, de analistas de sistemas, que estão desenvolvendo protocolos para as questões ambulatoriais e de internação.

Por fim, falando sobre padronização de procedimentos, vocês já bem sabem pois já vimos compartilhando, que já temos mais de 95% dos procedimentos cirúrgicos padronizados.

Estamos agora ampliando, envolvendo tratamentos e procedimentos, como por exemplo, hemodiálise e exames de alta complexidade, hemodinâmica, por exemplo.

Algo importante de ser ressaltado também é que atendendo ao nosso cronograma rigorosamente pontual inauguramos o nosso hospital geral de Joinville, um hospital belíssimo, de alta complexidade e não só um hospital que conta com UTI adulta, UTI infantil, cirurgias de média, baixa e alta complexidade, toda a parte de diagnóstico.

Além disso, já montamos o nosso laboratório de análises clínicas, toda a parte de diagnóstico por imagem e mais tratamentos, como fisioterapia. O hospital de Joinville e todo o restante da rede é um advento grande da nossa Companhia, de prazo, e estamos muito animados com o que virá nessa cidade.

Por fim, discutimos bastante ontem sobre isso, a notícia excepcional que pudemos dar ao mercado, prestando contas e entregando tudo aquilo que prometemos no *roadshow*, utilizando os recursos do IPO para fazer não só uma aquisição, mas a melhor aquisição que poderíamos fazer.

No *pipeline* de aquisições que tínhamos, a primeiríssima dessas empresas era a São Francisco pelos motivos que já falamos ontem: uma empresa que cresce, que entrega resultados, que tem um Management muito bom e atua em regiões muito prósperas e com um nível de governança muito bom também. Estamos muito felizes por poder ter concluído essa transação.

Por fim, queria dizer que temos trabalhado muito forte no sentido de melhorar a divulgação dos resultados, muito em linha com o que temos escutado dos nossos parceiros investidores, e hoje mesmo já recebi vários *feedbacks* de investidores dizendo que a apresentação veio de uma maneira clara, transparente, fácil e o nosso objetivo é exatamente esse, fazer com que nossos parceiros investidores cada vez tenham mais profundidade de conhecimento dos nossos números.

E temos certeza de que não só a divulgação desse 1T, como também a divulgação da aquisição de São Francisco, que foi muito elogiada por todos os investidores, por todos os bancos, dada a clareza nas informações, então vimos trabalhando muito forte no sentido de dar transparência e clareza ao processo de comunicação da empresa.

Por fim, agradecer a todos, principalmente aos nossos clientes, que confiam a nós o seu bem mais valioso, que é a saúde. Agradecer aos funcionários, que lutamos juntos nessa missão divina que é levar saúde às pessoas de maneira acessível. Saúde de qualidade de maneira acessível, e aos nossos investidores, parceiros no sonho de entregar essa missão valiosa.

Passo agora a palavra para o Bruno, que vai começar a dar mais explicações. Muito obrigado a todos, pessoal.

Bruno Cals:

Obrigado, Jorge, bom dia a todos. Gostaria de iniciar os destaques da Companhia nesse trimestre, slide 3, por favor. A Companhia continua apresentando excelente desempenho em termos de crescimento de vidas, conforme o Jorge mencionou há pouco. Mesmo em um cenário econômico que continua desafiador nas regiões norte e nordeste, um mercado que não tem crescido, nós crescemos 5,5% em planos de saúde, o que nos permitiu ganhar 1,4 p.p. de market share nas regiões norte e nordeste.

E no que tange aos planos odontológicos, crescemos 14,6%, atingindo 30,7% de market share nas regiões norte e nordeste. A receita líquida da Companhia atingiu R\$1,3 bilhão no trimestre, apresentando um forte crescimento de 15,3% em relação ao 1T18.

Em linha com nossa expectativa, conforme o Jorge mencionou há pouco, a sinistralidade atingiu 58,5%, mesmo considerando o fato de que a Companhia passou a adotar uma estimativa por vida para o ressarcimento ao SUS para ter esse custo mais linear ao longo do exercício. Em relação ao 4T18, a sinistralidade teve uma importante redução de 2,1 p.p.

Nosso EBITDA atingiu R\$277,4 milhões, um crescimento de 20,2% em relação ao 4T18, com 22,1% de margem. E o lucro líquido do trimestre foi de R\$209 milhões, uma redução de 10,7% em relação ao 4T18, muito em função da menor alíquota de imposto de renda e contribuição social que tivemos no 4T18, ocasionado pela deliberação de juros sobre o capital próprio.

A partir desse trimestre, todo o mercado, nós estamos adotando a nova norma contábil, o IFRS 16, que trata sobre arrendamento mercantil. Para fins comparativos, apresentamos os resultados com e sem o IFRS 16 no nosso earnings release, de forma que não prejudique a comparabilidade com resultados de exercícios anteriores.

Gostaria de passar a palavra para o Ivan Bonfanti, nosso Diretor de Relações com Investidores, que vai detalhar um pouco mais esses resultados.

Ivan Bonfanti:

Obrigado, Bruno, bom dia a todos. No próximo slide, demonstramos o desempenho da Companhia na venda de planos de saúde em comparação com os mercados regionais. Enquanto nas regiões norte e nordeste, excluindo a Hapvida, perderam cerca de 104 mil vidas entre março de 2018 e março de 2019, a adição líquida de beneficiários da Companhia foi de mais de 124 mil beneficiários.

A Companhia ampliou market nas regiões norte e nordeste em 1,4 p.p., atingindo 28,5% de market share, com destaque para os estados da Bahia, Piauí e Pernambuco.

No próximo slide, vocês podem observar as mesmas informações, mas referentes aos planos odontológicos, em que a Companhia apresentou um crescimento anual de 14,6% no número de beneficiários, o que representa mais de 260 mil vidas.

Importante destacar que esse crescimento ocorreu mesmo em um mercado desafiador, das regiões norte e nordeste, que cresceu, excluindo a própria Hapvida,

cerca de 84 mil vidas. Com isso, a Companhia ampliou o seu market share em 3,9 p.p. nas regiões norte e nordeste, atingindo 25,2%.

No slide 6, apresentamos a evolução dos tickets médios de saúde e de odontologia. A Companhia teve um crescimento anual de 9,3% no ticket médio consolidado do segmento de saúde, sendo 9,7% em planos individuais e 8,8% nos planos corporativos.

Já no lado direito do slide, vocês podem ver que ticket médio de odontologia apresentou uma redução de 5,7% com relação ao 1T18, principalmente pela maior participação do produto de urgência, que tem um ticket médio menor.

Já no próximo slide, de número 7, mostramos o tamanho da rede própria de atendimento. A Companhia encerrou o 1T19 com 26 hospitais, 20 unidades de pronto atendimento, 75 clínicas e 84 unidades de diagnóstico por imagem e laboratórios, que são responsáveis pela grande maioria dos atendimentos.

No decorrer desse 1T, entrou em operação uma nova unidade de pronto atendimento na região sul da cidade de Fortaleza. Apesar de ter sido após o término do trimestre, é importante falar aqui que inauguramos, no último mês, o hospital geral de Joinville. Um marco para a Companhia porque representa a primeira operação de planos de saúde da empresa na região sul do país.

Agora, por gentileza, passem para o slide de número 8. A sinistralidade da Companhia atingiu 58,5% no 1T19, um crescimento de 3,4 p.p. em relação ao 1T18, e uma queda de 2,1 p.p. em relação ao 4T18, mesmo considerando o fato de que a Companhia passou a provisionar uma estimativa por vida para o ressarcimento ao SUS a partir já desse 1T19, com o intuito de reduzir a volatilidade dessa linha.

Conforme demonstramos na tabela direita desse slide, o aumento em relação ao 1T18 é fruto, principalmente, dos custos pré-operacionais do hospital geral de Joinville, que como comentei há pouco, foi inaugurado em abril e não tem contrapartida em receita no 1T19; pelo maior custo de ressarcimento ao SUS, que tem esse provisionamento por vida adicional feito pela Companhia também no 1T19; e tem o diferencial de aluguel com partes relacionadas; e reconhecimento de um crédito previdenciário lá no 1T18.

No próximo slide, vocês podem observar a evolução da receita líquida, do lado esquerdo, e do lucro e margem bruta, do lado direito do slide. A receita líquida cresceu 15,3% no 1T19, em comparação com o 1T18, e essa evolução é explicada principalmente pelo crescimento de 5,5% no número de beneficiários de planos de assistência médica, e pelo aumento de 9,3% no ticket médio de planos de saúde.

No 1T19, a Companhia apresentou, no lucro bruto, um crescimento de 6,7% em relação ao 1T18, o que é uma redução 1,4 p.p. na margem bruta, em virtude, principalmente, da maior sinistralidade, como já exposto no slide anterior.

Agora, por favor, passem para o slide de número 10. As despesas de vendas do 1T19 reduziram sua representatividade da receita líquida quando comparadas com o mesmo período do ano anterior. Isso ocorreu porque houve maior provisão de devedores duvidosos no 1T18, que é majoritariamente referente ao único cliente corporativo.

Quando comparadas ao 4T18, as despesas de vendas apresentaram aumento de 1,7 p.p. na representatividade da receita líquida, principalmente em função de dois efeitos que aconteceram no 4T18, que é o aumento do prazo médio de diferimento dos contratos, que impactou positivamente o 4T18, e da reversão de PDD relativa ao único cliente corporativo.

Do lado direito do slide, apresentamos as despesas administrativas, que representaram 11,1% da receita líquida do 1T19, um aumento de 2,8 p.p. com relação ao 1T18.

As principais razões para esse aumento são: a remuneração dos acionistas controladores, que exercem papel executivo na empresa, ampliação do quadro de funcionários e reajuste em folha, e amortização das carteiras adquiridas da Uniplam e Freelif, que foram parcialmente compensadas pela reversão de remuneração variável extraordinária lá no 1T18, que havia sido provisionada em 2017; e pela reversão de provisão para riscos, decorrentes de uma reestruturação societária que fizemos ao longo do ano passado.

Quando comparadas com o 4T18, as despesas administrativas apresentaram uma redução de 1,4 p.p. na representatividade da receita líquida, principalmente em função do pagamento de remuneração variável extraordinária, que aconteceu no 4T18; do pagamento de remuneração variável de curto no 1T19, lembrando que a remuneração variável de curto prazo da Companhia é paga semestralmente; e da reclassificação de tributos para uma rubrica de imposto e contribuição social no 4T18; e também pela menor perda de cancelamentos das carteiras de clientes que foram adquiridas, cujo anúncio foi feito, lá em setembro e outubro, que são Uniplam e Freelif.

Já no slide de número 11, mostramos aqui para vocês as evoluções de EBITDA e lucro líquido. A Companhia apresentou EBITDA de R\$277,4 milhões no 1T19, que é ligeiramente inferior ao apresentado no 1T18.

Do lado direito do slide, vocês podem ver o lucro líquido e a margem líquida. O lucro atingiu R\$209 milhões no 1T19, uma pequena redução quando comparado, nominalmente, ao 1T18.

Já no slide 12, do lado esquerdo, mostramos a geração de caixa da Companhia e o CAPEX em cada trimestre. O CAPEX do 1T19 foi de R\$88,7 milhões, em função, principalmente, da ampliação da estrutura de rede própria de atendimento, com a entrega de mais uma unidade de pronto atendimento, como já mencionei há pouco, além de investimentos realizados na implantação do novo sistema de gestão integrado, cuja primeira fase já foi implementada com sucesso.

A Companhia gerou R\$139,9 milhões de caixa livre no 1T19, mesmo com o aumento de CAPEX nos períodos analisados, como vocês podem ver no slide.

A partir de agora, nos colocamos à disposição para responder as perguntas de vocês. Muito obrigado.

Marco Calvi, Itaú BBA:

Oi, pessoal, bom dia. Duas perguntas aqui do nosso lado. A primeira com relação a crescimento, e estou falando especificamente da base de membros de saúde, a Companhia, mesmo apresentando um crescimento um pouco mais tímido trimestre contra trimestre, conseguiu ganhar market share.

Se vocês pudessem comentar um pouco sobre o mercado nas principais regiões de atuação de vocês, norte e nordeste, se de fato vocês não observaram nenhuma recuperação para o macro, se o mercado continua extremamente difícil quando olhamos a evolução de 1T e começo do 2T.

E a segunda pergunta é com relação ao ticket. O ticket ex-individual. Esse reajuste de ticket vem desacelerando ao longo dos últimos trimestres, entendo que, como explicado, tem a ver um pouco com o tipo de produto que vocês estão vendendo, então se vocês puderem ilustrar um pouco para nós qual é a visão de vocês em relação a ajuste de ticket ao longo de 2019, já com esse cenário de venda de um produto um pouco diferente. São essas as minhas duas perguntas. Obrigado, pessoal.

Jorge Pinheiro:

Oi, Marco, obrigado pela sua pergunta. De fato, as regiões norte e nordeste continuam mornas do ponto de vista de recuperação econômica. Mesmo assim, a Companhia continua, como você mesmo mencionou, ganhando share. Queria ressaltar que o 1T é usualmente mais morno por vários outros fatores.

Primeiro, a questão das chuvas faz com que os vendedores nos postos não tenham tanta coragem para sair para vender planos, tem o carnaval, já que por estarmos em regiões turísticas, somos muito afetados por essa festa que é muito importante para nós e, ademais, IPVA, IPTU, matrícula das escolas das crianças, então o 1T é usualmente mais morno já naturalmente.

Já no 2T notamos um aquecimento maior, como historicamente é esperado. Ademais, esperamos que as novas medidas que o governo tem tomado tenham um impacto o mais rápido possível para que as regiões norte e nordeste voltem a crescer. E o que temos feito, como vocês tem visto, é abrir novas frentes.

Temos segurança de que continuaremos crescendo nas regiões norte e nordeste, continuaremos ganhando share, mas estamos abrindo novos mercados, e agora, com esses movimentos que temos feito, estaremos presentes em todas as regiões do país.

É importante que a empresa tenha presença em todas porque eventualmente uma região sofre um pouco mais e a outra, em uma outra situação, isso depende das fontes de renda, da economia, das características econômicas de cada região, então agora estaremos presentes em todas as regiões e mais resilientes do ponto de vista de crescimento.

Com relação a ticket médio, como você sabe, varia por vários motivos. Mix de produtos, se vendemos mais produtos ambulatoriais, o ticket médio é mais baixo.

Temos vendido muito mais produtos com coparticipação, que reduz o preço, mas também reduz sinistro, as aquisições que fizemos também tinham um ticket médio mais baixo, então o ticket médio isoladamente não representa muita coisa. O importante de fato é o resultado que esse ticket médio trará em função das características do produto.

Marco Calvi:

Perfeito, Jorge. Extremamente claro, obrigado pelas respostas.

Roberto Otero, Bank of America:

Bom dia, pessoal. Eu queria explorar um pouco o tema de expansão da rede para esse ano. Vocês mencionaram a abertura de quatro pronto-atendimentos e também três unidades laboratoriais. Em termos de tamanho, talvez pensando em metragem, e tomando como base a expansão recente de vocês, quão relevante é esse ciclo de aberturas esse ano?

A intenção aqui é tentar antecipar um pouco o quanto isso poderia, em um primeiro momento, impactar as linhas de custo de vocês, ainda que fique extremamente claro o benefício da expansão da rede olhando para frente. É basicamente isso, pessoal, obrigado.

Jorge Pinheiro:

Oi, Roberto, obrigado pela sua pergunta. Especialmente essas novas unidades que iremos inaugurar, como os três laboratórios, temos segurança de que vão trazer imediatamente mais resultados. É claro que quando pagamos com laboratório credenciado, usualmente pagamos com 60 dias. Já os custos de um laboratório vêm com 30 dias.

Apesar de ter um mês de descasamento, as contas que temos pago na rede credenciada são bem maiores do que os custos que teremos internamente para esses laboratórios.

Já falando de unidades de pronto-atendimento, hoje estamos usando rede credenciada nessas três cidades. Em uma delas, por exemplo, o nosso custo por vida está superior a R\$300. É muito alto. Quando instalarmos as nossas unidades de pronto atendimento, nossa expectativa é que esse custo se equipare ao valor que estamos pagando na rede credenciada, mas por outro lado abriremos mercado, nos sentiríamos mais confortáveis em vender mais, com uma previsibilidade de custo maior.

Especialmente essas unidades, essa é a nossa expectativa, trarão resultados muito mais rapidamente do que outras, como fizemos no passado, na ampliação de leitos em unidades em que já tínhamos rede própria de atendimento.

Esse ano, essas novas aberturas terão um impacto em sinistros, esperamos, muito mais rapidamente. Só lembrando esse descasamento do ponto de vista de pagamento, que na rede credenciada ocorre 30 dias depois.

Roberto Otero:

Está certo, Jorge, obrigado. Se eu pudesse só fazer um follow-up, nesse começo e fim de trimestre, se vocês estão vendo algum comportamento anormal de frequência, seja por algum período virótico, antecipação de chuva, enfim, só checando com vocês se estão vendo alguma mudança de sazonalidade de frequência de custo médico. Obrigado, pessoal.

Jorge Pinheiro:

Bem interessante a tua pergunta. Se formos comparar 1T18 com 1T19, a quadra chuvosa de 2018 veio um pouco mais tardiamente. Isso fez com que as viroses impactassem com muito mais força o 2T18. Esse ano as chuvas começaram mais

cedo em várias regiões onde somos muito representativos, como por exemplo Fortaleza, em que as chuvas começaram em janeiro.

Só para dar um exemplo claro e objetivo para vocês, eu tenho cinco filhos, e nós sete, eu, minha esposa, meus cinco filhos e quase a cidade toda pegamos gastroenterite viral no final de janeiro. Então 70% da cidade de Fortaleza foi afetada por essa gastroenterite viral no começo do ano. Então houve uma antecipação, nesse 1T, das chuvas em algumas cidades. Por outro lado, não é difícil perceber, vamos avaliar, que pode haver uma finalização da quadra chuvosa nessas cidades, reduzindo o impacto de sinistralidade no 2T.

Tem outro fator interessante, aproveitando a tua pergunta, no carnaval. O carnaval esse ano aconteceu em março, e isso impacta mais favoravelmente o 2T. No ano passado, o carnaval impactou positivamente a sinistralidade só do 1T. É fato que como estamos em regiões turísticas o carnaval reduz ou anula, basicamente, cirurgias eletivas, por exemplo, em 10 dias.

Recife, Salvador, é muito difícil fazer cirurgia eletiva nesse período porque todos estão envolvidos com as festas em função da intensidade dessa festividade com a atração turística que ela traz.

Então, de fato, o comportamento do 1T do ano passado foi um pouco diferente do 1T desse ano e acho que são fatores bem positivos para o que vai acontecer daqui para frente.

Roberto Otero:

Maravilha, obrigado, Jorge.

Fred Mendes, Bradesco:

Bom dia a todos, obrigado pelo call. Tenho duas perguntas aqui também. A primeira é se vocês pudessem dar um *breakdown* das adições brutas de *churn*, uma ideia de como tem sido esse comportamento, quando fazemos esse *breakdown*, se ele vem mais de perdas de contrato ou de uma diminuição de vidas dentro do mesmo contrato, essa seria a primeira pergunta.

E a segunda, quando olho para o G&A, se esse nível que vimos do 1T em termos de provisões para bônus, se é mais ou menos algo nessa linha que devemos esperar para os próximos trimestres ou se pode ter alguma variação nessa linha. Obrigado.

Bruno Cals:

Oi, Fred, obrigado pela sua pergunta. Em relação ao *churn*, vemos meio que um mix, vemos ainda alguns clientes que estão reduzindo as suas bases de colaboradores. Óbvio que isso é um movimento muito menor do que já foi no passado, e a questão do *churn* em termos de clientes que é o tradicional do mercado.

É importante lembrar que existe um *overlap* de *churn* entre plano individual e plano coletivo. Muitas vezes o cliente de plano individual, quando consegue um emprego, cancela o plano individual e passa para o plano corporativo. Se ele perde esse emprego, cancela o plano corporativo e volta para o individual. Então temos o *overlap* tradicional que está relacionado ao *turnover* das empresas como um todo.

A tua outra pergunta é em relação às despesas de pessoal. A questão das despesas de pessoal, precisamos ainda da aprovação do Conselho de Administração em relação ao programa de incentivo de longo prazo.

Com essa aprovação, que deve ocorrer nas próximas reuniões, faremos todo o provisionamento de acordo com o que foi aprovado e, obviamente, o valor que estimamos desse programa, e passaremos a fazer os devidos provisionamentos ao longo dos próximos trimestres. Respondendo à sua pergunta, isso deve ocorrer a partir do 2T19.

Fred Mendes:

Perfeito, Bruno. Muito claro, obrigado.

Guilherme Palhares, BTG Pactual:

Bom dia, pessoal, obrigado por pegar a minha pergunta. Na verdade, são duas perguntas bem específicas do resultado propriamente dito. Vimos ali nas despesas gerais e administrativas um aumento pontual de contingência. Queria entender um pouco mais o que é isso e como podemos projetar isso para frente.

E um segundo ponto, queria entender um pouco, estamos há um ano com a operação de Teresina, do Rio Poty, rodando, queria entender um pouco, esse *case*, especificamente, como está o *ramp up* dessa unidade, em que ponto estamos hoje em dia, em termos de utilização da capacidade lá e potencial de crescimento ainda. Obrigado.

Bruno Cals:

Palhares, obrigado pela sua pergunta. Em relação às contingências, primeiro temos que analisar que teve uma reversão no 1T18, conforme demos o *disclose* no release. E as contingências têm crescido em linha com o crescimento da própria Companhia e em linha com o apresentado nos últimos trimestres.

Do ponto de vista de representatividade da receita líquida, não esperamos grandes variações. Quando falamos do Piauí, ainda temos, sim, um potencial muito grande de crescimento lá.

É óbvio que o *ramp up* do nosso hospital se deu de forma muito rápida, só lembrando alguns números para vocês, quando inauguramos o hospital em janeiro de 2018, tínhamos aproximadamente 8 mil vidas na praça, e terminamos o ano de 2018, dado que tivemos também a aquisição, terminamos em torno de trinta e muitas, 40 mil vidas.

Temos um potencial de crescimento bastante grande lá. O hospital ainda tem capacidade de suportar esse crescimento. Naturalmente, à medida que necessário, podemos expandir alguma coisa de pronto-atendimento, de clínicas, etc, mas conseguimos, ainda, crescer de forma relevante utilizando essa mesma rede que temos no Piauí.

Guilherme Palhares:

Perfeito, Bruno. Obrigado.

Mariana Hernandez, Credit Suisse:

Oi, pessoal, bom dia. Antes de tudo queria realmente parabenizar vocês pela qualidade de release. Achei que ficou muito mais fácil mesmo entender os números, com menos ajustes, ficou bem mais limpo, de verdade.

Eu tenho duas perguntas, acho que até um *follow-up* da última, em relação à quebra das despesas de SG&A. Vimos que linha de tributos subiu bastante, queria entender se isso é ou não um não-recorrente.

E a linha de despesas com marketing também subiu bastante, queria entender se isso tem algum *saving* do ano que foi, por alguma razão, mais forte agora no 1T e isso na verdade deveria se normalizar nos próximos trimestres.

E as despesas de pessoal também. Mesmo excluindo o aumento que está tendo desde o 2T por conta do aumento do nível de pessoal, elas continuam subindo de maneira relevante. Minha pergunta é: como deveríamos pensar na margem para o ano cheio excluindo as coisas que talvez foram um pouco mais faseadas ou não recorrentes nesse 1T, a expectativa ainda pode ser de margem EBITDA ficando estável ou melhorando durante o ano inteiro?

E a segunda pergunta é menor e menos relevante, mas o que aconteceu com as vidas de odontologia que caíram fora do norte e nordeste? É pouco relevante, mas enfim, é mais curiosidade mesmo. É isso, muito obrigada.

Bruno Cals:

Oi, Mariana, obrigado pela sua pergunta. Em relação às despesas, esperamos que elas não tenham diluições significativas do ano de 2019 comparado com 2018. Como falamos, esperamos que algum tipo de diluição possa ocorrer mais a partir do próximo ano. No ano passado essas despesas foram em torno de quase 11% da receita líquida e deve ficar nesse patamar.

Especificamente sobre as vidas de odontologia, nós tivemos o cancelamento de um cliente grande específico, que tinha um ticket médio muito baixo, que atendíamos fora das regiões norte e nordeste. Isso não estimamos que tenha um impacto significativo em resultado, primeiro porque é um plano odontológico, e segundo porque é um ticket médio muito baixo, mas a redução de vidas pontual que você viu foi devido a esse fator.

Mariana Hernandez:

Entendido. Só para conferir aqui: as despesas, na teoria, deveriam se manter mais ou menos nesse patamar em relação à receita ou com um pouco de diluição, esperançosamente, para o resto do ano. Essa é a mensagem, certo?

Bruno Cals:

Exatamente. Essa é a mensagem. Devemos ter alguma estabilidade, sem grandes variações em relação ao ano passado.

Mariana Hernandes:

Está ótimo, gente. Muito claro, obrigada.

Operadora:

Obrigada. Não havendo mais perguntas, gostaria de retornar a palavra para o Sr. Jorge para as suas últimas considerações. Por favor, Sr. Jorge, pode prosseguir.

Jorge Pinheiro:

Apenas agradecer a todos. Felizes de receber o *feedback* de vocês de que a nossa apresentação trouxe muito mais qualidade, transparência, clareza, e queremos continuar escutando o *feedback* dos investidores para continuar sempre melhorando o processo de comunicação e continuar entregando resultados bem acima da indústria, crescimento acima da indústria, a melhor sinistralidade do setor. Muito obrigado a todos, pessoal. Tchau.

Operadora:

Obrigada, a teleconferência de resultados da Hapvida está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de Relações com Investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”