

Transcrição da Teleconferência de Resultados do 4T18 Hapvida (HAPV3 BZ)

Operador:

Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da Hapvida referente aos resultados do 4T18. Estarão presentes 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 a 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, o qual iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Jorge, pode prosseguir.

Jorge Pinheiro:

Olá. Eu gostaria de agradecer a presença de todos vocês e dizer a nossa felicidade em poder compartilhar um pouco do que foi esse ano bem especial para todos nós, o ano de 2018.

Primeiro, gostaria de ressaltar que o ano foi desafiador. Começou muito desafiador porque nós continuávamos vendo o cenário econômico ainda em muita dificuldade, onde o número de usuários de planos médicos, principalmente, vinha decrescendo ao longo dos últimos dois ou três anos. Isso representou quase três milhões de pessoas que migraram para o sistema público de saúde.

Ademais, nas regiões em que atuamos com mais força, Norte e Nordeste, nós víamos uma intensidade maior no decréscimo no número de usuários no mercado de saúde complementar.

Além disso, gostaria de ressaltar três fatores que discutimos amplamente no *road show*, durante as nossas apresentações, que pesaram no nosso resultado de 2018. O primeiro deles, os aluguéis com partes relacionadas dos imóveis que pertenciam ao patrimônio que pertence à família; o segundo deles, o salário dos acionistas, que antes recebíamos como distribuição de lucros e hoje formalizamos todos como salários e;

por último, uma reestruturação societária que, por um lado, trouxe muito mais dinamismo e simplificação operacional para a Empresa e, por outro lado, houve incremento nos custos tributários.

Apenas esses três itens que eu ressaltai agora, lembro que todos eles foram amplamente divulgados no nosso *road show*, estão detalhados nos nossos prospectos. Apenas esses três itens pesariam algo em torno de 2 p.p. na margem líquida.

Além disso, no ano de 2018, bem em linha com a estratégia que divulgamos e conversamos bastante com os nossos parceiros e investidores, nós provocamos a abertura de novas unidades em algumas cidades das regiões Norte e Nordeste em que nós acreditamos que o crescimento continuará se dando de maneira muito forte, como de fato aconteceu. Porém, pesam em sinistro.

Por último, ressalto que esse ano nós tivemos um período de virose mais intenso do que a média histórica, que pesou principalmente em sinistro no 2T e no 3T. Apesar de todas essas novidades que nos desafiaram no ano de 2018, ressalto que esse foi um ano espetacular. Nós estamos muito felizes com tudo o que fizemos no ano de 2018.

Primeiro, ressalto o crescimento. O nosso crescimento de quase 6% de usuários na base saúde é extremamente expressivo, principalmente, se relativizarmos ao setor. Em planos odontológicos, nossa expansão foi superior aos 18%.

Esse crescimento, que foi basicamente do ponto de vista orgânico, em que nós fizemos apenas duas aquisições de pequeno porte de 25 mil vidas cada uma, foi responsável por fazermos uma expansão de quase 2 p.p. em apenas um ano nas regiões norte e nordeste.

Ressalto, ainda, que o nosso crescimento foi 4x maior do que a média das outras cinco maiores empresas brasileiras, mostrando o quão atrativo o nosso produto tem sido, mesmo em um cenário desafiador em que as nossas regiões sofrem mais do que o restante do país. Apesar de tudo isso, continuamos crescendo com força e sendo os preferidos dos nossos usuários.

Eu gostaria de ressaltar, também, do ponto de vista de governança, que nós fizemos grandes evoluções, muito em linha com o que estamos discutindo com os nossos parceiros investidores ao longo dos últimos meses.

Nós queremos fazer uma transição mais rápida possível, de uma empresa familiar de capital fechado para uma empresa de capital aberto, principalmente no tocante a governança, transparência e que possamos passar mais segurança nas informações prestadas.

Então, nesse sentido, em que temos tentado trazer cada vez mais os investidores para dentro da nossa Empresa e nos aproximarmos mais do mercado, no nosso Conselho de Administração nós acabamos criando um comitê focado em finanças e mercado de capitais. E convidamos o Roberto Mendes, que preside este comitê, especificamente, e que tem nos ajudado enormemente.

Como também, para garantir mais transparência e segurança aos nossos parceiros, a partir deste ano, o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance passará a contar apenas com membros externos.

Outro ponto que gostaria de ressaltar é o aspecto de inovação e transformação. Primeiro, nos estruturamos de uma maneira em que um comitê passe a ter um membro independente – o Guga Stocco, que é conhecido da maioria de vocês, e é um ícone no tema da transformação do Brasil e tem nos ajudado, em reuniões mensais, a rediscutir o que fazemos, pensando em uma maneira digital, mais rápida e mais funcional.

Também criamos o departamento de transformação. Um time inteiro foi criado, no sentido de desenvolver novas tecnologias e repensar a experiência do nosso usuário no ambiente digital. Algo que deveremos lançar ainda este ano é a pesquisa de satisfação do usuário em tempo real.

Cada vez que um usuário nosso interagir com qualquer atendimento, quer seja consulta, exame ou internações, ele receberá um *push* nos nossos aplicativos ou no website, em que ele nos avaliará.

Isso nos ajudará a manter os nossos níveis de padrão de serviço elevados. E inovamos muito esse ano através de novos protocolos e garantimos instalá-los em toda a nossa rede nos casos de urgência e emergência. A implantação de todos esses projetos foi feita em menos de um ano. Do ponto de vista de prevenção, também atuamos com muita força. O programa Médico de Família, que nós levamos um ano e meio desenvolvendo, está pronto e operacional e, começaremos a implantá-lo em novas unidades.

Nós inovamos no quesito monitoração, passamos a fazer uma monitorização de fetos e de classificação de risco em casos de urgência, de uma maneira inovadora que foi desenvolvida internamente e que traz tecnologia de outros países, de maneira que essa é a primeira oportunidade de monitorização contínua em caso de feto, a primeira experiência brasileira nesse sentido.

Conseguimos implantar a padronização cirúrgica em mais de 90% dos procedimentos cirúrgicos em pouco tempo. Quero dizer que, do ponto de vista de inovação e transformação, estamos envolvidos no sentido de manter a vanguarda tecnológica e pioneirismo do Hapvida no setor de saúde suplementar brasileira.

Do ponto de vista de reclamações da ANS, que é o único índice oficial e confiável, que mostra o índice de satisfação dos usuários através do seu website que pode ser consultado, nós temos muito a comemorar.

No nosso índice desse ano, fechamos com 2,32 reclamações a cada 10 mil vidas. Se nos compararmos com as cinco maiores empresas brasileiras, o índice que eles alcançaram foi de 4,16. Isso quer dizer que tivemos a metade do número de reclamações por vida, se comparado com os *top five*, isso nos orgulha bastante.

Do ponto de vista de sinistralidade, foi um ano que apesar de ter sido desafiador, como mencionei anteriormente, com os aluguéis de partes relacionadas que passaram a entrar na conta de sinistralidade, as viroses que foram mais intensas esse ano e fatos não recorrentes como os ressarcimentos ao SUS, que foram mais pesados.

Apesar de tudo isso, nós mantivemos a melhor sinistralidade de toda a indústria, garantindo um índice inferior a 60%. Ressalto ainda que as novas unidades que abrimos e, que têm nos permitido crescer mais do que toda a indústria, iniciam com custo operacional um pouco mais elevado, que tendem a ser diluídos com o crescimento.

E, por último, gostaria de ressaltar com muita felicidade que estamos apresentando não só a melhor margem líquida da história da Hapvida, pois no ano de 2018, com a margem de 17,2%, a Hapvida entregou a melhor margem líquida de toda a história da indústria, superando o nosso recorde do ano passado, que era algo em torno de 16,8%.

Lembro-me muito bem, durante o nosso *road show* e em outras reuniões que fizemos com investidores, muitos perguntavam: “Será que isso pode ser reproduzido? Quão sustentável é essa margem de quase 17%?” E lembro a todos, apesar de todas as adversidades que tivemos e todos os fatos e todas as despesas que passaram a contribuir com a nossa base, conseguimos fazer uma margem que passa a ser um referencial para toda a indústria brasileira.

Para o ano de 2019, gostaria de dizer a vocês que estamos muito entusiasmados. Primeiro, com a possibilidade da manutenção da consolidação das regiões Norte e Nordeste. Ainda há muito a ser feito nessas regiões, apesar da nossa liderança maciça de quase 30% de *market share*.

E, em segundo lugar, gostaria de ressaltar que passaremos a operar na região Sul através da Operação Greenfield, na cidade de Joinville. O nosso hospital, que fica na principal avenida de Joinville, e que é de altíssima complexidade e de grande porte, servirá de base como um *hub* de expansão das nossas operações na região Sul.

Além disso, estamos muito confiantes de que poderemos fazer aquisições em regiões nas quais ainda não atuamos – Sul, Sudeste e/ou Centro-Oeste. É possível que, exatamente em linha com o que vimos falando ao longo das últimas reuniões e com o que prometemos no nosso *road show*, o ano de 2019 seja aquele em que a nossa presença em novas regiões se dará de maneira mais intensa. Pelo andar da carruagem, estamos muito confiantes de que passaremos a ter uma presença forte em novas regiões – Sul, Sudeste e/ou Centro-Oeste.

Para finalizar, gostaria de dizer a todos que nos manteremos firmes com a missão da nossa vida que é atender às pessoas, com foco no nosso cliente, de maneira acolhedora, com qualidade e com eficiência em custo; podermos dar às pessoas acesso a um produto de altíssima qualidade. Essa é a maior razão da existência da nossa Empresa e o que nos move todo dia.

Em segundo lugar, gostaria de agradecer aos nossos parceiros e investidores, aqueles que estão conosco no nosso projeto e, de novo, nas nossas vidas, levando saúde de maneira eficiente.

Por último, gostaria de agradecer muito aos nossos colaboradores, nosso exército de mais de 20 mil pessoas, que, no dia a dia - sábado, domingo, feriado, manhã, tarde e noite, sem descanso - lutam no sentido de atender bem à população brasileira. Muito obrigado a todos.

Estou muito feliz em compartilhar com vocês esses resultados que são espetaculares. Gostaria de passar a palavra ao Bruno, que dará mais detalhes sobre o nosso resultado.

Bruno Cals:

Obrigado, Jorge. Bom dia a todos. Vou falar um pouco dos destaques da Companhia, depois vou passar a palavra ao Ivan, para que ele possa detalhar os resultados. Eu

gostaria de iniciar o comentário desses slides no slide três, para vocês acompanharem.

A Companhia teve um desempenho extraordinário no número de crescimento de vidas, como o Jorge pontuou. Crescemos 5,9% em planos de saúde, que é quase quatro vezes superior aos cinco maiores *players* da indústria ex-Hapvida, o que nos permitiu ter uma expansão de *market share* bastante significativa em apenas um ano. Nós ganhamos 1,5 p.p. na região Nordeste e 1,7 p.p. na região Norte.

No que tange os planos odontológicos, crescemos 18,6%, que é um número quase três vezes maior do que o crescimento médio nacional. A receita líquida da Companhia atingiu R\$1,2 bilhão no 4T18, apresentando crescimento anual expressivo de 16,1%; no acumulado do ano, nosso crescimento foi de 18,9%.

A sinistralidade de 2018 foi de 59,7%, 1,3 p.p. maior que a de 2017, principalmente em função da maior intensidade do período de virose, de um aumento de ressarcimento ao SUS e da PEONA, conforme será detalhado mais à frente.

Já a sinistralidade ajustada, que teve uma queda de 0,3 p.p., encerrou 2018 com 57,5%, fruto do controle contínuo de custos, um resultado excepcional dentro do contexto da forte virose que vivemos no ano passado. O EBITDA ajustado teve um crescimento de 11,1% em 2018 versus 2017, e atingiu R\$990,2 milhões, com margem EBITDA ajustada de 21,6%.

Conseguimos atingir o maior resultado da história do setor de saúde suplementar do país, em termos de margem líquida, atingindo 17,2% neste ano e aumentando 0,3 p.p. em relação ao nosso mesmo resultado do ano passado. Em valores absolutos, nosso lucro líquido atingiu R\$788 milhões, um crescimento de 21,2% em relação a 2017.

Vou passar a palavra ao Ivan Bonfanti, nosso Diretor de Relações com Investidores, o qual detalhará os resultados da Companhia.

Ivan Bonfanti:

Obrigado, Bruno. Bom dia a todos. No próximo slide, ilustramos o desempenho da Companhia na comercialização dos planos de saúde em comparação com os mercados regionais. Enquanto as regiões Norte e Nordeste, excluindo Hapvida, perderam cerca de 58 mil vidas entre dezembro de 2017 e dezembro de 2018, a adição líquida de beneficiários da Companhia foi de mais de 130 mil beneficiários nesse período.

Isso é superior à totalidade do crescimento das regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste, significando que a Hapvida foi responsável por um crescimento equivalente a 65% da adição líquida de vidas do país no ano passado.

No segmento de saúde, a Companhia ampliou o *market share* nas regiões em que atua, sendo 1,7 p.p. na região Norte e 1,5 p.p. na região Nordeste. Com isso, o *market share* da Companhia nas regiões Norte e Nordeste é de, respectivamente, 24% e 29,2%, sendo os estados da Bahia, do Ceará, do Pernambuco e do Amazonas, os destaques mais relevantes.

No segmento de planos odontológicos, a Companhia apresentou um crescimento de 18,6%, com 4 p.p. de aumento de *market share* nas regiões Norte e Nordeste em apenas um ano, para 25,6%. Com isso, a Companhia encerrou o 4T18 com mais de 4

milhões de beneficiários de saúde e odontologia somados, que é um crescimento de, praticamente, 11% com relação ao 4T17. Lembrando que o mercado nacional de planos de saúde e odontológicos cresceu 2,5% no mesmo período.

No slide cinco, apresentamos a evolução dos tickets médios de saúde e odontologia. A Companhia apresentou um crescimento de 12,2% no ticket médio consolidado do segmento de saúde, sendo 11,9% nos planos individuais e 14% nos planos corporativos. É importante destacar que o ticket médio tem influência do *mix* de vendas, pois os preços são diferentes em cada praça em que a Companhia atua.

E nos planos coletivos, o ticket médio também foi influenciado por negociações e condições contratuais. Já do lado direito desse slide, de número cinco ainda, vocês podem ver que o ticket médio coletivo de odontologia apresentou uma redução de 17% com relação ao 4T17. Isso é explicado, principalmente, por uma participação de um produto de urgência, que permite ao beneficiário ter acesso à consultas e exames de emergência 24 horas por dia e que tem um ticket médio menor.

Já no slide seguinte, de número seis, mostramos o tamanho da rede própria de atendimento da Companhia. A Companhia encerrou o ano com 26 hospitais, além de 19 unidades de pronto atendimento, 75 clínicas e 84 unidades de diagnóstico por imagem e laboratórios, que são responsáveis pela maioria dos atendimentos.

Ao longo de 2018, dois novos hospitais entraram em operação, sendo um em Teresina e um em Manaus e; quatro unidades de pronto atendimento, sendo duas no estado de Pernambuco e duas no estado da Bahia.

A Companhia continua com foco total na contínua ampliação dessa rede própria, seja através de aquisições de novas unidades, ampliação e reforma das unidades já existentes e investimentos em Tecnologia da Informação, garantindo a prestação de um serviço eficiente e acolhedor aos beneficiários.

Além disso, é importante dizer que a Companhia costuma manter uma capacidade disponível estratégica nos hospitais das grandes cidades, que permite o crescimento e mantém a qualidade dos serviços aos beneficiários dos planos de saúde.

Adicionalmente, estão previstos investimentos nas novas unidades da rede própria, tanto nas cidades nas quais já há operação da Companhia quanto em novas localidades. Já no próximo trimestre, será inaugurado o nosso primeiro hospital fora das regiões Norte e Nordeste, em Joinville, no estado de Santa Catarina.

Agora, eu gostaria que vocês passassem para o slide sete, por favor, no qual detalhamos a sinistralidade. A sinistralidade da carteira é o índice financeiro de utilização dos serviços prestados pela rede própria e rede credenciada e, o cálculo é a razão entre o custo total, desconsiderando a variação de PEONA, e a receita líquida.

Conforme o previsto e amplamente divulgado pela Companhia nas interações com o mercado financeiro, a sinistralidade do 4T, que foi de 60,6% apresentou uma redução de 1,4 p.p. comparado com o trimestre anterior, o 3T18.

Isso é fruto, principalmente, do término do período sazonal de virose, que resulta da desmobilização de mão-de-obra temporária e na conseqüente redução do volume de exames e da utilização de materiais hospitalares e medicamentos.

A sinistralidade de 2018 atingiu 59,7%, um crescimento de 1,3 p.p. com relação a 2017, em virtude do aumento do ressarcimento ao SUS e à PEONA, ambos explicados a seguir, do aluguel com partes relacionadas, como o Jorge detalhou no começo e da ampliação do custo de abertura das novas unidades. Adicionalmente, é importante destacar a queda de 0,3 p.p. na sinistralidade ajustada de 2018 versus 2017, em linha com o que havíamos comunicado desde o princípio.

No próximo slide, de número oito, 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 teve um crescimento anual de 18,9% em 2018 na comparação com 2017, tal evolução é explicada principalmente por conta do crescimento de 5,9% no número de beneficiários de planos de assistência médica e por conta do aumento de 12,2% no ticket médio dos planos de saúde.

Em 2018, a Companhia apresentou um lucro bruto quase 15% superior ao ano anterior, com uma leve redução de margem bruta, em virtude do que comentamos há pouco, no slide anterior da sinistralidade.

Agora, no slide nove, vocês podem ver as despesas de venda de 2018 do lado esquerdo do slide, elas estão em linha com a evolução da receita líquida. É importante dizer que a partir do 4T18, as comissões referentes à comercialização de planos de saúde foram ajustadas para ficar em linha com os prazos médios dos contratos.

As comissões dos planos de saúde individuais passaram a ser diferidas no resultado em 36 meses ao invés de 26 meses. Já os planos de saúde corporativos agora têm suas comissões diferidas no resultado em 56 meses em vez de 43 meses, em consonância com as regras contábeis vigentes. A Companhia avalia periodicamente o prazo médio dos contratos.

Do lado direito do slide, apresentamos as despesas administrativas, que assim como as despesas de vendas, mantiveram-se estáveis em relação à receita líquida na comparação do ano anterior. Isso ocorreu, conforme já mencionado pelo Jorge, mesmo com a adição de R\$15 milhões nas despesas de Pessoal relativas à remuneração dos acionistas controladores que exercem papel executivo na Companhia.

Esse foi um tema amplamente informado no IPO com a ampliação do quadro de funcionários em áreas chave, como na área responsável pela integração de novas unidades, gestão das unidades de rede própria de atendimento e de M&A e com o cancelamento de alguns clientes da carteira da Uniplus, que representa o *churn* natural dos planos individuais dessa carteira e é apresentada nas despesas operacionais.

Essa situação da Uniplus já era esperada e foi devidamente precificada no momento da compra, sem nenhum prejuízo à Companhia. Os demais componentes dessa rubrica, os Serviços de Terceiros, Localização e Funcionamento, Tributos e Provisão para Riscos, mantiveram-se constantes em relação a 2017.

Já no slide dez, mostramos a evolução do EBITDA ajustado e do lucro líquido. A Companhia apresentou um EBITDA ajustado de R\$990,2 milhões em 2018, que é um crescimento de 11,1% superior a 2017. Do lado direito do slide, vocês podem ver o lucro líquido e a margem líquida.

O lucro foi de R\$788,3 milhões no 4T18, um crescimento expressivo de 21,2%, comparado a 2017, em razão, dentre outros fatores, da distribuição de praticamente R\$124 milhões como juros sobre capital próprio. É importante notar que a margem líquida apresentou expansão de 0,3 p.p. em comparação com 2017.

Já no slide 11, mostramos, do lado esquerdo, a geração de caixa da Companhia, e o CAPEX, em cada trimestre, do lado direito. O CAPEX foi de R\$225,8 milhões em 2018, em função da ampliação da estrutura de operação e administração da rede própria de atendimento, que está em constante atualização, além dos investimentos no novo sistema de gestão integrada e das aquisições de carteira ocorridas no ano.

A Companhia gerou R\$444,2 milhões de caixa livre em 2018 mesmo com o aumento de CAPEX nos períodos analisados. A partir de agora, colocamo-nos à disposição de vocês para respondermos às perguntas. Muito obrigado.

Marianna Esanges, Credit Suisse:

Bom dia pessoal. Obrigado por pegarem a minha pergunta e parabéns pelos resultados. Eu tenho duas perguntas na verdade. A primeira é sobre a dinâmica de custo entre rede própria e rede credenciada.

Estávamos comparando a percentagem de custo que vem da rede própria e da rede credenciada e vimos um aumento muito grande da rede própria no trimestre a trimestre. Se eu não me engano, ele saiu de 64% para 67,4% mais ou menos. O que explica essa mudança tão rápida? O que vocês estão vendo de utilização dos hospitais abertos nesses doze meses? Como vocês estão entendendo esse número?

E a segunda pergunta é de custo de pessoal. Se eu entendi corretamente, o valor nominal dessa linha veio *flat* em R\$56 milhões, mas dentro desse valor houve uma alocação de despesa de R\$19 milhões no recorrente com remuneração variável adicional, ou seja, excluindo esse impacto, essa linha estaria para baixo uns 30%. O que explica uma queda tão grande ano contra ano, mesmo vocês colocando para dentro o time de M&A, de integração, de rede própria e etc? É isso pessoal. Obrigada.

Bruno Cals:

Bom dia, Marianna. Primeiro, respondendo a sua questão sobre rede própria e rede credenciada, nós precisamos imaginar essa dinâmica trimestre a trimestre por causa da dinâmica da virose. É natural que tenhamos um custo muito maior dentro da rede credenciada e, que isso influencie muito no 2T e no 3T porque o aumento é generalizado.

Existe um aumento de custo dentro da rede própria para os atendimentos e tem um aumento dentro da rede credenciada, mas o aumento da rede credenciada é muito maior porque o custo é maior lá fora.

Além dessa dinâmica efetivamente trimestral, também é importante mencionar que a Companhia busca constantemente analisar as oportunidades de internalização de serviços.

Ao longo do 4T17, nós procuramos e fizemos internalização, por exemplo, de laboratórios e diagnóstico de imagens em algumas praças, principalmente em exames de alta complexidade que estavam na rede credenciada e trouxemos isso para dentro de casa ao longo do 4T.

Naturalmente, nós reduzimos isso da rede credenciada e aumentamos isso na rede própria. Obviamente, o aumento dentro da rede própria é inferior àquela redução da rede credenciada.

Então, nós temos duas explicações para essa dinâmica. Uma é a questão sazonal efetiva, e a outra é a busca da Companhia para que sempre que for economicamente viável, nós vamos internalizar serviços prestados para os nossos clientes.

Em relação ao custo de pessoal, depois eu posso te dar detalhes, mas explicando de uma forma geral, nós tivemos sim um bônus que é extraordinário da Companhia e, parte desse bônus também foi para alguns prestadores de serviços que tinham a sua remuneração relacionada a performance dentro de projetos estratégicos da Companhia.

Isso tem uma dinâmica entre a linha de serviços de terceiros e linha de pessoal. Então, eu posso te dar detalhamentos depois e para quem precisar em relação a números, mas a dinâmica é essa.

Nós temos isso dentro dos serviços de terceiros e das despesas com pessoal, de forma que tenhamos esses bônus extraordinários para executivos da Companhia e de alguns projetos estratégicos que tivemos em serviços de terceiros, que por sua vez, em ambos os casos, são totalmente não recorrentes.

Jorge Pinheiro:

Só complementando um assunto que é importante para nós, naturalmente, o nosso sinistro é o menor de todo o mercado. Estamos muito distantes de qualquer competidor como estamos reportando aqui. Porém, ainda temos muitas oportunidades de melhoria. Nesse aspecto de internalização que o Bruno mencionou, nós temos agora para 2019 um plano bem detalhado no sentido de internalização de novos serviços.

Nós vamos investir mais em serviços próprios na área de fisioterapia, psicologia, fonoaudiologia, novas unidades de laboratório. Nós já temos três novos laboratórios que serão instalados em que nossa expansão mais fortemente nos últimos meses, como também o diagnóstico de imagem.

O plano está fechado e pronto, não se limita a isso, mas tenho certeza que com a internalização conseguiremos gerir melhor os sinistros e a qualidade da prestação de serviço. Então, esse ano será também um ano de internalizações, o que aumentará a verticalização.

Marianna Esanges:

Está certo, pessoal. Muito obrigada. Só um *follow up* rápido, Bruno. Eu entendi que esses R\$19 milhões não estão inteiros dentro dos R\$56 milhões da linha de pessoal. Mas, o que você acha que explica essa queda da linha de pessoal ano a ano? Foi uma redução de *headcount*? Enfim, o que explica melhor essa queda? Muito obrigada pelas respostas.

Bruno Cals:

Essa queda é explicada porque em 2017/2018 classificamos a remuneração variável em duas, tem a remuneração variável recorrente e essa extraordinária. A remuneração

variável recorrente é paga no 1T e no 3T. E para evitar essa volatilidade de despesa de pessoal trimestre a trimestre, passaremos a provisionar isso mês a mês durante o ano de 2019m, até para evitar esse tipo de explicação para vocês.

Então, no 3T tivemos essa remuneração variável recorrente e, no 4T, dado que atingimos resultados espetaculares, tivemos essa remuneração extraordinária.

Jorge Pinheiro:

Só para complementar, do ponto de vista estratégico, seria interessante ressaltar, nós temos a remuneração variável dos executivos e, além dela, extraordinariamente, nos anos de 2017 e 2018, nós fizemos um programa de bonificação com bônus muito ligados a curto prazo, variando entre os indicadores, entre eles um dos principais da margem líquida.

Já é decisão do Conselho para o ano de 2019, que essa segunda bonificação não acontecerá mais e, a Empresa está desenvolvendo um programa de incentivo de longo prazo que está caminhando com muita velocidade no Conselho e, queremos ao longo dos próximos dias ou um pouco mais divulgarmos um incentivo de longo prazo que está muito alinhado com as expectativas dos acionistas. Mais especificamente, esse bônus excepcional funcionou apenas para 2017 e 2018, mas não ocorrerá mais esse segundo bônus extraordinário.

Marianna Esanges:

Perfeito, pessoal. Muito obrigada pelas respostas.

Marco Calvi, Itaú BBA:

Oi, pessoal. Bom dia. A minha pergunta é justamente sobre essa questão da despesa de vendas e essa mudança que tivemos no prazo de diferimento das comissões. Para entendermos melhor, isso é algo que vocês devem fazer ou fazem com qual periodicidade: anual ou bienal? E, se deve ocorrer uma revisão nesse sentido ao longo de 2019.

E nesse assunto, do valor que vimos em comissão, houve uma reversão retroativa? Ou seja, houve nesse trimestre um reconhecimento de uma comissão retroativa, já se adaptando a essa metodologia com um prazo mais longo? Essas são as minhas duas perguntas pessoal. Obrigado.

Bruno Cals:

Marco, obrigado pela pergunta. Para explicar um pouco disso, quando fizemos o IPO e a migração na questão de diferimento de comissão para IFRS, porque antes usamos o ANS *gap*, que são as regras da ANS. Então, passamos a diferir com base no prazo efetivo estimado de permanência do beneficiário, separando entre individual e coletivo.

Anualmente, nós fazemos uma reavaliação dessa expectativa de média de permanência desses beneficiários, que era um número no ano passado e outro nesse ano. Isso pode variar para cima ou para baixo e, também pode estar em linha com a questão do ambiente econômico.

Quando o ambiente econômico melhora, que é o que estamos vivenciando agora, nós temos cancelamentos relativamente menores e, a tendência é que tenhamos uma

expectativa de permanência maior dos beneficiários na nossa base de clientes, por isso essa diferença.

No que tange a questão de ser retroativo ou não, não tem nada retroativo. Nós fazemos essa mudança de periodicidade dentro do estoque de comissão diferidas que temos e das novas vendas ocorrerão ao longo do tempo. Mas não tem nada retroativo ao ano passado e etc. É feito de acordo com a base de estoque de comissão diferidas que temos naquela data avaliada.

Marco Calvi:

Perfeito, Bruno. Entendi, ficou super claro. Obrigado.

Rodrigo Gastim, BTG:

Bom dia, pessoal. Eu tenho duas perguntas também. A primeira delas é em relação ao ticket médio, no qual, principalmente no ticket médio do corporativo, tínhamos uma desaceleração no 4T, um crescimento próximo a 10% contra uma média de 12,5% ao longo dos 9M18.

Eu gostaria de entender um pouco melhor porque dessa dinâmica de desaceleração no ticket médio do corporativo. E, enfim, quando vocês pretendem repassar para o preço do corporativo em 2019? Essa é a primeira pergunta.

A segunda é se vocês podem falar um pouco mais de sinistralidade. O 1T17 foi muito forte na sinistralidade para vocês, e gostaria entender de maneira qualitativa como está a dinâmica até agora. Nós já temos dois meses e meio desse ano, como tem sido a dinâmica de frequência e qual a expectativa que vocês têm para a sinistralidade ao longo desse ano. São essas as duas perguntas. Obrigado pessoal.

Bruno Cals:

Bom dia, Gastim. Obrigado pela pergunta. Primeiro, falarei do ticket médio corporativo que você mencionou. Temos algumas situações em relação aos clientes que estão sendo repassados ao longo do 4T. No 4T geralmente temos um volume de vendas muito bom, assim como foi no 4T18, como vocês viram os números, e então temos uma proporção um pouco acima da média de clientes que são renegociados nesse 4T.

Além disso, temos a questão da composição regional e, também um trabalho que estamos fazendo, e o fizemos muito em 2018, relativo a como podemos flexibilizar o reajuste de preço para esses clientes.

Eu darei dois exemplos que trabalhamos muito com os nossos clientes. Um deles é quando inserimos coparticipação dentro do contrato do cliente. Isso ajuda a inibir o uso desnecessário da rede e coparticipação como dedutor de custo, não como receita. Assim, dependendo de quanto for essa coparticipação, podemos flexibilizar em relação ao percentual de reajuste daquele cliente.

Outra situação que temos incentivado bastante é dentro do *cross selling* de vendas de Odonto dentro da nossa base de clientes de Saúde. Em que se o cliente se compromete a comprar X mil vidas de Odonto, dado que em Odonto nós temos uma margem muito boa, nós podemos flexibilizar um pouco o reajuste em planos de saúde que daríamos para o cliente. Então, de uma maneira geral, são essas as razões em que podemos flexibilizar em relação ao ticket médio corporativo.

Falando do 1T18 contra 1T19, o 1T18 foi espetacular. Vocês viram o número na questão da sinistralidade em torno de 56%, o que foi muito ocasionado pela inflação dos últimos doze meses naquele período e, a inflação geral da economia estava até mais baixa do que temos hoje e, pelos reajustes que estavam mais alto naquele período. No 1T18, tínhamos um reajuste da ANS saindo de 13,55% e, que a partir de maio passou a ser 10% como todos nós sabemos.

Então, isso ajudou para que o 1T tivesse um resultado muito bom. Naturalmente, não teremos uma sinistralidade tão baixa quanto foi no 1T18. Mas, até por não esperarmos que a virose desse ano seja tão forte quanto a do ano passado, devemos ter uma volatilidade menor de sinistralidade entre os trimestres.

Então, não devemos ter esse gap, como foi do 1T18 para o 2T18, tanto porque o 1T foi extraordinariamente bom como o 2T18 foi extraordinariamente pior por causa da virose. Então, é claro que haverá uma oscilação entre os trimestres devido aos períodos da virose, mas não com tamanha intensidade quanto tivemos no 1T18,

Em outras palavras, nós esperamos que no 1T19 a sinistralidade seja naturalmente pior do que foi a do 1T18, mas no acumulado do ano esperamos permanecer com índices menores que 60% como apresentamos em 2018.

Rodrigo Gastim:

Excelente, super claro. Voltando no ponto do ticket do corporativo, quanto vocês pretendem repassar para esse ano? Vocês têm uma meta ou *big number* que possam dividir conosco, por favor?

Bruno Cals:

Nós não temos um *guidance* em relação a isso. Obviamente, temos isso dentro do nosso orçamento. Há um fator que pode afetar e que precisamos ver qual é expectativa que temos com relação ao reajuste da ANS para este ano, mas o que posso dizer é que devemos ter, em linha com nosso histórico, o reajuste médio dos planos coletivos um pouco superior ao dos planos individuais que, historicamente, é de 1 p.p. a 2 p.p. maior do que o do plano individual.

Embora eu não possa lhe dar um *guidance* de número, essa é a nossa estimativa para 2019.

Rodrigo Gastim:

Perfeito. Já ajuda bastante. Obrigado pelas respostas.

Vinicius Ribeiro, Bradesco BBI:

Bom dia, pessoal, e obrigado pela pergunta. Eu queria explorar um pouco mais a questão da sinistralidade que vocês acabaram de comentar. O Bruno pontuou muito bem a questão da volatilidade e tudo mais, mas eu gostaria de entrar um pouco mais em detalhe.

Sabendo que temos as aberturas de 2018, que devem ter *ramp-up*, e as vendas das novas regiões, considerando também Joinville e tudo mais, assumindo tudo que é mais constante e retirando alguma eventual volatilidade por conta de virose, o que devemos esperar para a sinistralidade no ano completo de 2019?

Ou seja, é justo esperarmos que as novas unidades tenham *ramp-up* e compensem as aberturas que vocês possam eventualmente fazer em 2019, ou podemos ver uma dinâmica um pouco diferente?

Minha segunda pergunta é um *follow-up* com relação ao não recorrente de pessoal, só para entendermos um pouco mais em detalhes. Olhando para 2019, qual nível mais ou menos podemos esperar? Excluindo o não recorrente, assumindo que vocês terão esse programa de longo prazo que vocês comentaram, podemos assumir o valor recorrente de 2018 como o *baseline* para 2019? Obrigado.

Bruno Cals:

Oi, Vinicius. Vamos falar primeiro de sinistralidade. Como o Jorge mencionou agora, nós teremos um hospital de alta complexidade, grande e robusto, para entrarmos com muita força na cidade de Joinville, além de algumas outras novas unidades que estão dentro do plano de expansão da Companhia.

Mesmo com a abertura dessas novas unidades, estamos trabalhando e desenvolvendo projetos para mitigar este efeito de aumento de custo de novas unidades. Vou dar alguns exemplos, com um dos grandes projetos em que temos trabalhado, onde já iniciamos e vamos avançar muito este ano, é a questão dos protocolos ambulatoriais.

Lembrando que, em 2019, fizemos a sistematização dos protocolos de emergência. Nós tivemos o trabalho de padronização de kits cirúrgicos, e agora, estamos avançando pelo lado eletivo, digamos assim, avançando na sistematização de protocolos ambulatoriais.

Temos outras diversas iniciativas que também visam mitigar esse aumento de custo, uma delas é a internalização. O Jorge comentou um pouco e, só de laboratório e diagnóstico de imagem, temos três unidades previstas para colocar esses exames para dentro de casa, e isso, obviamente, reduz o custo com relação à rede credenciada.

Além disso, temos algumas iniciativas que estamos fazendo. Com relação a vendas digitais, deveremos reduzir drasticamente os custos com impressão, que neste ano chegam a R\$5 milhões. Então, são alguns exemplos que nós temos de como estamos trabalhando fortemente para mitigar esse aumento de custo que já temos dentro dessa expansão anunciada.

Do ponto de vista de despesa de pessoal, fazendo uma conta bem rápida, excluindo o valor desse bônus extraordinário e colocar uma inflação em relação a isso, ou talvez um pouco mais porque sempre tem algum tipo de expansão da nossa equipe, mas se tirarmos esse bônus extraordinário e colocarmos algum *spread* em relação à inflação, temos um número bem razoável do que podemos ter para 2019.

Também estamos trabalhando fortemente para começar a diluir um pouco essas despesas de pessoal, dado que não fizemos isso, propositalmente em 2018 ao reforçarmos nossas equipes de laboratório, de rede própria, de M&A e de integração de novas unidades. Nós nos preparamos propositalmente para o crescimento futuro da Companhia, que deve ser acelerado, principalmente via M&A, ao longo de 2019.

Ivan Bonfanti:

Eu queria só complementar o que o Bruno está dizendo. É importante mencionar, e tentamos deixar essa mensagem nos últimos encontros, que resolvemos reforçar algumas áreas mais estrategicamente importantes e com crescimento mais acelerado.

Além da área de M&A, reforçamos a área de integração, em que montamos quase uma operadora independente, onde temos uma área de sinistro, área hospitalar, de diagnóstico, contabilidade, ou seja, todo o *backoffice* também, de maneira que essa área possa receber um ativo depois de adquirido de uma maneira que as operações não sofram ao continuar atendendo operações e a empresa adquirida.

Então, essa empresa está montada e, essa área foi montada durante o ano de 2018, assim como foram reforçadas as áreas hospitalar e de diagnóstico. Essas duas áreas são as que recebem os ativos imediatamente após a área de integração.

Como o Bruno mencionou, e de acordo com o que temos falado ao longo dos últimos meses, o nosso objetivo é estarmos prontos e preparados para um crescimento via aquisições mais fortes que estamos projetando e acreditamos que venha a acontecer no ano de 2019, especialmente em regiões em que não atuamos.

Do ponto de vista de sinistralidade, como o Bruno lembrou muito bem, temos diversas iniciativas, não só as que ele falou, mas também os projetos de prevenção. Falei há pouco que o nosso programa Médico de Família já trouxe resultados espetaculares na melhoria de percepção do usuário, o usuário tem estado mais satisfeito com a implantação do programa e, por outro lado, com redução de custo.

Além disso, vamos soltar outros programas de prevenção, em oncologia; tivemos o programa para nefropatas, ou seja, doentes que têm patologias nos rins e que podem vir a fazer hemodiálise no futuro. Ou seja, são várias.

Temos dezenas de iniciativas que, junto com a tecnologia, sempre nos ajudarão a estar na vanguarda não só em programas de prevenção e atualização, mas também nos manterão com sinistro diferente do mercado. E, de novo, ressalto que isso só é possível dado o nosso modelo de negócio, por ter todas as informações dentro de casa.

Continuamos sendo a empresa que tem cada vez mais quantidade de exames laboratoriais e de imagem e, resultados de internações hospitalares; e todo esse banco de dados tem nos ajudado a implantar esses programas, o que só é possível em função desse nosso modelo de negócio.

Então, estamos muito confiantes que a nossa sinistralidade se manterá dentro dos patamares históricos nas regiões em que atuamos, um pouco abaixo dos 60%. E nas novas unidades adquiridas, claro que começarão com sinistralidade mais alta; a sinistralidade está em torno de 70% a 75% em qualquer dessas aquisições que tenhamos olhado.

O momento inicial de integração das adquiridas pressionará o sinistro para cima, o que é natural. Ao longo do tempo, depois de implantado o nosso modelo de negócio, a sistemática de remuneração, o nosso sistema de tecnologia da informação e investimento em rede própria, vamos conseguir fazer com que esse sinistro venha a patamares mais próximos dos nossos.

Bruno Cals:

Só um adendo com relação às despesas de pessoal. O Ivan acabou de me lembrar que no 1T17, ainda não tínhamos despesas com salários de acionistas, isso foi do 2T para frente. Então, na base comparativa ano a ano, como você complementou, precisamos também anualizar os salários dos acionistas que atuam como executivos da Companhia. Era só um adendo em relação a isso.

Vinicius Ribeiro:

Perfeito, Jorge, Bruno e Ivan. Muito obrigado por pegarem a pergunta e um abraço.

Pedro, Bank of America:

Oi, pessoal. Obrigado por pegarem minha pergunta e parabéns pelo resultado. Tenho uma pergunta rápida do nosso lado. Eu queria discutir um pouco mais a dinâmica de crescimento. Queríamos entender um pouco como está a cabeça de vocês, com base no que vocês viram no começo do ano e também pelas conversas que o time comercial tem tido.

E, em cima disso, perguntar se ainda faz sentido esperarmos um crescimento eventualmente na casa de 5% a 7% para o ano ou se essa expectativa já está um pouco mais distante da visão da Companhia. Essa é minha pergunta. Obrigado.

Jorge Pinheiro:

Obrigado pela pergunta. O mês de dezembro e o último trimestre foram bem fortes. O varejo puxou o crescimento e superou as metas, e tivemos vendas boas também em planos corporativos.

O mês de janeiro, historicamente, é baixo para nós porque é o mês em que temos o IPTU das famílias, o IPVA, a matrícula nas escolas e tantas despesas, que as famílias evitam novos compromissos nesse mês.

Agora, para cravar um crescimento para 2019, nós queremos primeiro esperar o que vai acontecer na economia. Neste ano de 2018, o mercado cresceu muito pouco, e, mesmo em um cenário desafiador, tivemos um crescimento muito forte.

Esperamos manter a mesma competitividade do ponto de vista de precificação, e estamos trabalhando para isso e temos condições de manter essa mesma agressividade e a mesma competitividade em precificação. Agora, se serão cinco, seis, sete ou oito, claro que vamos ter que esperar como vai estar o humor do mercado e o que vai acontecer na economia real.

O fato é que a nossa empresa hoje tem mais unidades, é mais atrativa para o usuário e é mais fácil de se relacionar com o usuário, e o produto está sendo melhor percebido. Ou seja, precisamos de uma ajuda da economia para podermos manter um crescimento, não só acima do mercado, como estamos fazendo ao longo dos últimos dez anos, a Empresa sempre cresceu muito acima do mercado, mas para ter um crescimento mais forte, vamos ver o que vai acontecer com o humor do mercado e a economia.

Pedro, Bank of America:

Está ótimo, Jorge. Super claro. Muito obrigado.

Rodrigo Gastim, BTG:

Pessoal, só mais uma pergunta aqui do meu lado. Se vocês puderem passar para nós um *update* sobre como está a operação em Joinville. Eu imagino que vocês começarão a operação agora em abril. Eu queria entender um pouco melhor o que vocês esperam de vendas, sinistralidade e preço para a região. Acho que seria bem interessante se vocês puderem dividir um pouco mais a estratégia de Joinville, olhando mais para os *economics* do *business*. Obrigado.

Jorge Pinheiro:

Obrigado pela pergunta, Gastim. Realmente, Joinville é uma região muito importante, muito industrializada e riquíssima. Não é à toa que decidimos começar as operações no Sul por essa cidade; não só por ela, mas também pelo entorno dela que tem características semelhantes.

Inauguraremos, agora em abril, um hospital espetacular de altíssima complexidade no melhor endereço da cidade e com um belo padrão de hotelaria; e a operação já nasce toda com a nossa filosofia.

É claro que dar a partida para uma operação 100% verticalizada é sempre um desafio, mas, por outro lado, traz muitos benefícios, porque ela já nasce toda dentro da nossa conceituação, do nosso modelo de negócios; ou seja, verticalizada com serviços próprios, não só hospitalares, mas também laboratório próprio, diagnóstico por imagem próprio e outros serviços auxiliares próprios.

Isso tudo permite que tenhamos uma precificação muito competitiva. Dada as condições locais e conhecendo os competidores locais, os quais já estudamos com bastante profundidade, é muito improvável que outra operadora consiga ter a nossa competitividade e a nossa atratividade comercial, de modo que estamos muito mais esperançosos do que estávamos, em função do cenário, analisando os competidores locais.

Eu não queria dar mais detalhes nesse sentido, mas analisar a competição local faz com que fiquemos animados em poder até superar as metas de vendas que estabelecemos previamente e internamente. Então, isso é o que posso adiantar para você. Estamos bem agressivos, responsabilmente agressivos, do ponto de vista comercial.

Rodrigo Gastim:

Perfeito, Jorge. Excelente. Em termos de sinistralidade, tem alguma coisa que vocês conseguem nos adiantar? A estrutura de custo na cidade é um pouco maior em relação ao que vocês têm hoje no Nordeste e no Norte; então, enfim, tem alguma coisa que podemos entender sobre como vocês estão enxergando a parte de custo por beneficiário?

Jorge Pinheiro:

Gastim, a despesa com médicos é um pouco mais alta do que as bases no Norte e no Nordeste, porém já começamos com o produto todo verticalizado. Por outro lado, a precificação lá também será mais alta do que nas regiões Norte e Nordeste. O que posso adiantar para você é que essa operação, quando estiver madura, deve manter os padrões de rentabilidade da Empresa.

Rodrigo Gastim:

Excelente, Jorge. Obrigado pela resposta.

Operador:

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra ao Sr. Jorge, para as últimas considerações. Por favor, Sr. Jorge, prossiga com as últimas considerações.

Jorge Pinheiro:

Eu gostaria de agradecer muito a todos vocês. Estou feliz em poder compartilhar um pouco do que foi este ano e, muito mais do que isso, a mensagem de muito otimismo.

Estamos todos aqui trabalhando para caramba, e, desde o Conselho da Empresa, o ânimo de todos os colaboradores tem sido muito forte no sentido de continuar consolidando as regiões Norte e Nordeste, ter um crescimento orgânico sempre acima do mercado e, com nossa entrada no Sul do país, organicamente, em Joinville, mas também, inorganicamente, em outras regiões.

E continuar com uma pegada forte em melhorias operacionais, inovando e investindo muito em tecnologia, sempre atendendo aos anseios do usuário. Então, muito obrigado a todos. Estamos à disposição para posteriores perguntas.

Operador:

Obrigado. A teleconferência de resultados da Hapvida está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora.

“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”.