

Transcrição da Teleconferência de Resultados do 3T18 Hapvida (HAPV3 BZ)

Operadora:

Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da Hapvida referente aos resultados do 3T18. Estarão presentes os senhores Jorge Pinheiro, Diretor-presidente; Bruno Cals, Diretor Superintendente Financeiro; Cândido Pinheiro, Vice-presidente Comercial; Alain Benvenuti, Vice-presidente de Operações, Gustavo Barros, Diretor Superintendente de Assuntos Estratégicos; 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:

Oi. Obrigado. Bom dia a todos. Agradecemos por estarem conosco neste *call*. Como vocês podem ver, hoje temos um dia extraordinariamente especial, com toda a diretoria aqui reunida porque, logo em seguida, teremos um almoço, para o qual convidamos os nossos parceiros e investidores. Então, toda a Diretoria Estatutária da Empresa está aqui reunida – Cândido Júnior, Bruno, Gustavo, Alain, além dos Ivan, que vocês conhecem bem o nosso RI. De novo, estão todos convidados para o nosso almoço. Será um prazer tê-los conosco.

De maneira geral, eu vou falar de um a dois minutos sobre algumas impressões sobre o 3T, principalmente olhando para frente, depois passarei a palavra ao Bruno, o qual fará a apresentação dos principais números.

De maneira geral, eu lembro muito bem que durante o IPO muitos de vocês nos perguntavam: “Poxa, a Hapvida tem um dos melhores números da indústria; incomparavelmente melhor. A Hapvida cresce muito mais do que qualquer outra operadora; tem uma margem que chega a ser mais do que 3x, maior do que qualquer outra operadora brasileira. Realmente fora de qualquer padrão”. E alguns de vocês perguntaram: “Poxa, o quão sustentável essa margem é para vocês? Vocês conseguem manter essa pegada para o longo prazo?”.

E, hoje, viemos dizer para vocês a respeito da nossa confiança, da nossa expectativa, reiterando as nossas expectativas de que a Empresa continuará performando em níveis extremamente fortes de crescimento e rentabilidade. E esperamos, para o final do ano, lembrando os fatos que aconteceram neste ano, como tivemos uma intensidade maior no período de virose, no 2T e 3T, conforme largamente explicamos para todos vocês.

Porém, os níveis de atendimento já voltaram ao basal, ou seja, a níveis sem considerar o período de virose. Já voltaram. Já observamos isso nos atendimentos no final do 3T e no 4T já vem sendo com níveis basais de atendimento. Além disso, investimos fortemente em novas unidades em cidades e regiões nas quais acreditamos que vamos crescer e já estamos crescendo com mais força – falaremos isso no decorrer do *call*.

E também continuamos com a nossa estratégia de vender em cidades nas quais ainda não temos rede própria, o que nos ajudará, no curto e no médio prazo, a implantar o nosso modelo verticalizado e, assim, colher frutos de boas margens. Então, de maneira geral, fica aqui a nossa confiança, a nossa expectativa de fechamento de ano mantendo as margens históricas, ou seja, com pouca mudança, com pouca representatividade e mantendo também um crescimento forte para o fechamento do ano de 2018.

E que fecha, então, aqui, um ciclo completo. Gostaria muito de explicar para vocês que, no final do 4T, temos esperança de que mostraremos um ciclo completo da Empresa, dada a sazonalidade tão típica da nossa região, que mostrarão que continuamos mantendo as margens extraordinariamente superiores aos da indústria e com crescimento também extremamente maior do que o crescimento da indústria.

Então, falado isso, vou passar a palavra para o Bruno e depois ele passará para o Ivan para dar mais explicações, e estaremos, na sequência, à disposição de vocês, na sequência, para eventuais dúvidas. Muito obrigado a todos que participaram.

Bruno Cals:

Obrigado, Jorge. Bom dia a todos. Vamos começar a falar sobre a apresentação de resultados. Eu gostaria de iniciar comentando os destaques da Companhia neste 3T no slide três.

Diferentemente do mercado de saúde suplementar como um todo, que apresentou um ligeiro aumento de 0,2% no número de beneficiários na comparação do 3T18 com o 3T17, a Companhia mantém um ritmo forte de crescimento, registrando um aumento de 5,5% no número de beneficiários de plano de assistência médica. Isso representa um significativo crescimento de 1,5 p.p. de *market share* na região nordeste e 1,3% de aumento na região norte.

Cabe ressaltar que esse crescimento é apenas orgânico. Eu já ratifiquei que foram recentemente comunicadas ao mercado só deverão ingressar na nossa base de beneficiários nos próximos meses. Esse resultado mostra que a Companhia continua demonstrando o maior crescimento orgânico dentre as operadoras do país.

No que tange aos planos odontológicos, o crescimento da Companhia foi de 18,4%, enquanto o mercado cresceu apenas 7,9%. A receita líquida atingiu R\$1,1 bilhão no trimestre, apresentando um crescimento anual expressivo de 17,6%. No acumulado do ano, o crescimento foi de 20%.

No que tange aos custos, conforme temos conversado com o mercado, o 2T e 3T do ano, eles têm a maior sinistralidade. É fato que no 1T e no 4T, apresentamos menores índices de sinistralidade. Já percebemos que desde setembro a utilização da rede apresenta níveis de pré-virose da confiança de que a sinistralidade do 4T reduzirá e permitirá que a Companhia mantenha patamares históricos deste indicador de resultados.

Conforme demandado pelos analistas do mercado e investidores, com o objetivo de dar maior detalhamento aos números da Companhia, a partir deste trimestre, passamos a divulgar os custos separados entre rede própria e rede credenciada e calculamos a sinistralidade ajustada, dando *disclosure* à provisão de ressarcimento ao SUS, PEONA, diferencial de gastos com aluguel de parcelas somadas e no custo com as unidades inauguradas nos últimos 12 meses.

A sinistralidade dos 9M18 está em linha como previamente estimado, atingindo 59,4% no período, 0,8% maior que nos 9M17. Quando consideramos a sinistralidade ajustada, a Companhia atingiu 57,5% nos 9M18 contra 57,9% nos 9M17, uma queda de 0,4 p.p. Para o 3T, a sinistralidade alcançou 62% e a sinistralidade ajustada 59,5%, uma evolução de 3 p.p. e 0,7 p.p., respectivamente.

Além das novas unidades de rede própria, importa mencionar um aumento de representatividade da rede credenciada, fruto da nossa estratégia de crescimento no período ajustado das regiões norte e nordeste, representatividade essa considerando em relação à receita líquida, ou seja, impactando a sinistralidade do período.

Conforme já temos conversado com o mercado, adotamos estratégias de crescimento em algumas cidades que ainda não possuem rede própria, mas que deveremos inaugurar ao longo do próximo ano. Posto isso, no 3T18, os custos da rede credenciada aumentaram 0,7 p.p. em relação à receita líquida quando comparamos com o 3T17.

O EBITDA ajustado teve um crescimento de 14,5% nos 9M18 contra os 9M17 e atingiu R\$720,1 milhão, com margem EBITDA ajustada de 21,4%. Na comparação trimestral, houve uma queda de 4,1%. A Companhia apresenta um lucro líquido de R\$190 milhões no 3T18, um expressivo crescimento de 22,5% comparado com o 3T17, com margem líquida de 16,3% – a maior margem dentre as maiores operadoras do país. Nos 9M18, o lucro já atingiu R\$554,3 milhões, com margem líquida de 16,5%.

Estamos confiantes de que apresentaremos resultados em linha com o projetado no ano, com um crescimento em margem acima do das maiores empresas do mercado. Gostaria agora de passar a palavra para o Sr. Ivan Bonfanti, o nosso Diretor de Relações com Investidores, para que ele possa detalhar um pouco mais os resultados do trimestre.

Ivan Bonfanti:

Muito obrigado, Bruno e Jorge. Bom dia a todos. No próximo slide, registamos o desempenho da Companhia na comercialização de planos de saúde em comparação com os mercados regionais no Brasil. Enquanto as regiões Norte e Nordeste, com o pessoal da Hapvida perderam cerca de 96 mil vidas entre setembro de 2017 e setembro de 2018, a adição líquida de beneficiários foi de mais de 119 mil vidas nesse período.

Conforme lembrado pelo Bruno há pouco, esses números não contemplam as aquisições de carteira que anunciamos recentemente a vocês.

No segmento de saúde, a Companhia ampliou o *market share* nas regiões nas quais atua, crescendo 1,3 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 23,3% e 28,5%, respectivamente. Os destaques foram os estados da Bahia, do Pernambuco, do Amazonas e do Ceará.

No segmento de planos odontológicos, a Companhia apresentou crescimento de 18,4% com destaque para o nordeste, onde a participação de mercado alcançou 2,3 p.p. em relação ao 3T17, e atingiu 23,5%.

Esse crescimento no Nordeste é favorecido pelo maior número de clientes corporativos que possuem plano de assistência médica, o que acaba favorecendo a comercialização dos planos odontológicos por consequência. Com isso, a Companhia encerrou o 3T18 com 3,89 milhões de beneficiários de saúde e odontologia somados, um crescimento de mais de 10% em comparação com o 3T17.

No slide cinco, apresentamos a evolução dos tickets médios de saúde e de odontologia. A Companhia teve um crescimento de 13,6% no ticket médio consolidado, no segmento médio de saúde, sendo 11,4% de crescimento nos planos individuais e 16,3% nos planos corporativos.

É importante ressaltar que o ticket médio tem influência do mix de vendas, pois os preços dos produtos são diferentes em cada praça em que a Companhia atua. Nos planos coletivos, o ticket médio também foi influenciado por negociações e condições contratuais favoráveis à Companhia.

Já do lado direito do slide, vocês podem ver que o ticket médio de odontologia apresentou uma redução de 5% com relação ao 3T17, que é uma combinação entre a redução de 14% no ticket médio de planos corporativos e um crescimento de 6% no ticket médio de planos individuais.

Eu gostaria de falar também que o ticket médio dos planos odontológicos corporativos diminuiu em parte por conta da maior participação de um produto de urgência, que permite ao beneficiário ter acesso a consultas e exames de urgência 24 horas por dia e que possui um ticket médio menor, porém com sinistralidade mais baixa que os demais produtos odontológicos.

Já no slide seguinte de número seis, mostramos o tamanho da rede própria de atendimento. Com a inauguração do Hospital Rio Amazonas em Manaus, a Companhia encerrou setembro com 23 hospitais, 19 unidades de pronto atendimento, 75 clínicas e 84 unidades de diagnóstico por imagem e laboratórios, que são responsáveis pela grande maioria dos atendimentos.

A Companhia mantém o foco total na contínua ampliação da rede própria, seja através de aquisições de novas unidades, ampliações e reformas já existentes e investimentos em tecnologia da informação, garantindo, assim, que o serviço seja prestado de maneira eficiente e acolhedora aos beneficiários.

Vale reforçar que a Companhia costuma manter uma capacidade disponível e estratégica nos hospitais das grandes cidades e, assim, permite o crescimento e melhora cada vez mais a qualidade de serviço dos beneficiários de saúde. Adicionalmente, estão previstos investimentos em novas unidades da própria tanto nas cidades nas quais já há operação da Companhia quanto em novas localidades.

Agora, por gentileza, gostaria que vocês fossem até o slide sete, onde falamos um pouco de sinistralidade. A sinistralidade da carteira mede o índice financeiro de utilização dos serviços prestados tanto pela rede própria quanto pela rede credenciada, sendo calculada pela razão entre o custo total, com exceção da variação de PEONA e a receita líquida.

Do lado direito do slide, vocês podem observar a sinistralidade como sempre foi divulgado por nós, e segue exatamente o cálculo que eu acabei de falar. Mas eu gostaria que vocês observassem o gráfico do lado esquerdo do slide, que chamamos de “sinistralidade ajustada”.

Conforme mencionado pelo Bruno, com o intuito de atender demandas de analistas e investidores, abrimos as informações de rede própria e de rede credenciada, além do detalhamento dos valores relacionados às provisões de ressarcimento ao SUS e PEONA, custo com novas unidades e diferencial de aluguel com partes relacionadas, que está sendo mais representativo no ciclo de resultados desde o 2T18, conforme foi amplamente explicado a vocês.

Nos 9M18, a sinistralidade ajustada apresenta uma redução de 0,4 p.p. em comparação com o mesmo período de 2017. Já no 3T, a sinistralidade ajustada foi de 59,5% e foi superior em 0,7 p.p. à do 3T17 e 0,9 p.p. à do 2T deste ano, principalmente pelo maior volume de atendimentos relacionados a viroses, que acabou se estendendo por um período maior do que o do ano passado e que resulta, por consequência, na prorrogação dos contratos de mão de obra temporária, inclusive médicos, enfermeiros, que acabam tendo um volume maior de exames requeridos e maior índice de utilização de materiais hospitalares e medicamentos.

Vale a pena dizer também que, no 4T, nós já observamos um menor uso da rede, voltando a níveis pré-virose.

Fruto da nossa estratégia de expansão para o interior de alguns estados, onde passamos a atuar com forte força de venda, porque ainda não temos rede própria de atendimento, houve aumento da representatividade da rede credenciada em relação à receita líquida da Companhia, também como o Bruno já antecipou para vocês há alguns minutos.

Gostaria agora que vocês passassem para o slide oito. Vocês podem observar lá a evolução dos últimos cinco trimestres e do acumulado do ano da receita líquida do lado esquerdo e do lucro e margem bruta do lado direito. A receita líquida teve um crescimento anual de 20% na comparação com os 9M18, superior ao crescimento das maiores empresas do setor. Tal evolução é explicada principalmente pelo crescimento de 5,5% no número de beneficiários de planos de assistência médica e pelo aumento de 13,6% no ticket médio de planos de saúde.

No segmento de planos odontológicos, a Companhia apresentou crescimento de 18,4%, com destaque para o nordeste, onde a participação de mercado avançou 2,3 p.p. em relação ao 3T17 e atingiu 25,3%. Esse crescimento no nordeste é favorecido pelo maior número de clientes corporativos, como eu já disse há pouco, que possuem planos de assistência médica, o que acaba favorecendo a comercialização dos planos odontológicos por consequência. Com isso, a Companhia encerrou o 3T com 3,89 milhões de beneficiários, que tem um crescimento de 10% em comparação com o 3T17.

Gostaria agora que passassem para o slide nove, por favor. As despesas comerciais nos 9M18, apresentadas no lado esquerdo do slide, estão em linha com a evolução da

receita líquida. Eu gostaria de chamar atenção para a redução da rubrica de comissão como percentual da receita, que foi motivo de questionamento no trimestre anterior.

Conforme dissemos na ocasião, a Companhia aprimorou o processo de cancelamento de clientes no 2T, o que resultou em maior número de cancelamentos naquele momento e ocasionou um volume maior de baixas de comissões diferidas.

É bom lembrar que a eficiência no processo de cancelamento traz benefícios para a Companhia, pois assim garantimos que os beneficiários elegíveis ao cancelamento não façam uso do plano, por consequência, não gerem sinistro, sendo que eles já poderiam ser cancelados. Além disso, isso diminui também o uso do sistema público de saúde e, por consequência, os ressarcimentos ao SUS decorrentes do uso desses beneficiários.

Já no lado direito do slide, apresentamos as despesas administrativas, que totalizaram R\$362,2 milhões e foram 21,3% superiores em comparação com os 9M17. Algumas rubricas merecem destaque, vamos a elas.

A primeira delas é a linha Despesa de Pessoal. Em linha com o planejado e divulgado desde o trimestre passado, as despesas com pessoal totalizaram R\$138,8 milhões nos 9M18, um aumento de 31,4% na comparação com o mesmo período do ano passado ocasionado pela apropriação de R\$10 milhões, referentes à remuneração dos acionistas controladores que exercem papel executivo na Companhia; do aumento relativo ao acordo coletivo de parte dos funcionários; da ampliação do quadro de funcionários em áreas chave, como na área responsável pela integração de novas unidades, gestão das unidades de rede própria e de atendimento e de M&A.

E, no 3T, a representatividade das despesas de pessoal é maior do que no trimestre anterior, em virtude do pagamento de parcela de remuneração variável de executivos. Reforçamos o nosso compromisso de manutenção da representatividade das despesas de pessoal em relação à receita líquida no acumulado de 2018.

Gostaria também de comentar sobre a linha de Tributos, cuja principal variação nos 9M18 em relação aos 9M17 é decorrente do pagamento de R\$14,2 milhões relativos a débitos tributários federais, em função da reavaliação da probabilidade de perda de temas principalmente relacionados a tributos, cujo impacto aconteceu no 2T18. Excluindo esse efeito, as despesas com tributos teriam tido uma redução de 16% na comparação com o mesmo período de 2017, totalizando R\$19 milhões.

As Despesas de Provisão para Risco totalizaram R\$40,1 milhões nos 9M18, um aumento de R\$11,1 milhões com relação aos 9M17, principalmente decorrente da provisão de riscos tributários no corrente período.

Já no slide 10, apresentamos a vocês as evoluções do EBITDA ajustado e do lucro líquido. A Companhia apresentou, nos 9M18, EBITDA ajustado de R\$720,1 milhões e apresentou forte crescimento de 14,5% em comparação com os 9M17. No 3T18, a Companhia apresentou EBITDA ajustado de quase R\$200 milhões e foi 4,1% inferior ao 3T17, em função de fatores comentados há pouco, quando falamos da sinistralidade.

Do lado direito do slide, vocês podem ver o lucro líquido e a margem líquida. O lucro que foi de R\$190,2 milhões no 3T18, um expressivo crescimento de 22,5% quando comparado 3T17, em razão, dentre outros fatores, do aproveitamento de benefício fiscal, que é relacionado às comissões pagas aos bancos de investimento referentes ao processo de abertura de capital da Companhia.

Essas despesas não transitaram pelo resultado, mas a Instrução Normativa 1700, do ano passado, da Receita Federal, permite-nos deduzir essas despesas do cálculo do Imposto de Renda. Excluindo esse efeito, o lucro líquido teria sido de cerca de R\$156 milhões.

Já no acumulado do ano, o lucro líquido atingiu R\$554,3 milhões, que é uma expansão de 16,1% frente aos 9M17, com uma pequena redução na margem líquida, de 0,5 p.p.

Já no slide 11, do lado esquerdo, mostramos a Geração de Caixa da Empresa e, do lado direito, o CAPEX, trimestre a trimestre. O CAPEX do 3T18 foi de R\$56 milhões, em função da ampliação da estrutura de operação e administração da rede própria de atendimento que estão em constante atualização, além dos investimentos num novo sistema de gestão integrada.

A Companhia gerou R\$90 milhões em caixa livre no 3T18 e R\$324 milhões no acumulado do ano, mesmo com o aumento expressivo de CAPEX nos períodos analisados. O detalhamento pode ser visto na tabela da página 15 do nosso release de resultados.

Encerramos aqui o detalhamento dos números e agora nós nos colocamos à disposição de vocês para respondermos as perguntas. Muito obrigado.

Mariana Hernandez, Credit Suisse:

Oi, pessoal. Bom dia. Obrigado por pegarem minha pergunta e parabéns pelos resultados. Minha pergunta é em relação à parte de custo de vocês. Eu achei bem legal que vocês deram o *disclosure* do que é rede própria e do que é rede credenciada, mas ficou uma dúvida. Se dermos uma olhada no número dos 9M, vemos que a parte de rede credenciada representa uns 35% do custo de vocês.

Eu tinha a impressão que a parte de rede própria deveria ser uns 80% do custo, e não 65%. Vocês podem detalhar se tem alguma coisa que é um pouco *one-off*? Pensei que isso pode estar um pouco atrelado à maior utilização da rede credenciada de vocês, dado que vocês estão crescendo mais para regiões nas quais vocês ainda não estão verticalizados.

Se vocês puderem dar um pouco de *disclosure* do que vocês acham que é sazonal e do que realmente é estrutural e se, por alguma razão, estamos vendo esse número de forma um pouco errada, seria bem legal.

E a segunda pergunta, vocês também deram um detalhamento do que é o fluxo de unidades abertas nos últimos doze meses, e eu queria entender qual é a expectativa de vocês para que essa parcela do custo faça *ramp-up*. Ou seja, quando vocês esperam que essas sete unidades que foram abertas nos últimos sete meses não sejam mais tão dilutivas para o *annualized* de vocês? É isso. Muito obrigada.

Jorge Pinheiro:

Oi, Mariana. Vou falar primeiro da segunda pergunta e depois o Bruno falará da primeira pergunta. Muito obrigado por participar e por estar conosco.

As novas unidades foram abertas em cidades nas quais entendemos que haverá crescimento forte no curto e médio prazo. Por exemplo, conheceram uma maternidade

que abrimos em Fortaleza há poucos meses, e, nesta semana, nesses dias agora, anunciamos a aquisição de uma operadora, a Free Life, que tem base em Fortaleza.

Inauguramos nosso escritório em Manaus há alguns meses e, como vocês podem ver, tivemos expansão de quase 3 p.p. em *market share* nos últimos 12 meses naquela cidade. Fechamos grandes contratos e entendemos que vamos continuar crescendo com força naquela região.

Por exemplo, devemos inaugurar um novo hospital na cidade de Lauro de Freitas, que é região metropolitana de Salvador, nos últimos 12 meses, crescemos quase 7%, ou seja, um crescimento muito acelerado.

O que estou querendo dizer é que, cirurgicamente, provocamos ampliação de leitos em regiões nas quais temos segurança que o crescimento acontecerá, e já está acontecendo, como em alguns desses casos que eu relatei. Acho que respondi, mas, senão, estou à sua disposição. Vou passar para o Bruno.

Bruno Cals:

Oi, Mariana. Obrigado pela pergunta. Falando da questão da rede própria e rede credenciada, temos dois aspectos que influenciam esse cálculo do 1/3 de rede credenciada e 2/3 de rede própria, vis-à-vis o 80/20 de que sempre falamos. Na verdade, aproximadamente 80% de verticalização.

O primeiro efeito disso é da consolidação dos resultados. Como tenho o resultado dentro da operadora e tenho o resultado dentro dos hospitais, redes de atendimento, na hora em que faço a consolidação, esse número proporcional fica diferente.

Na ótica da operadora, eu tenho a ótica do 80/20; na ótica do consolidado, esse número muda devido às eliminações na consolidação das demonstrações contábeis. Depois eu posso até me dispor a lhe dar exemplos bem simples para você entender melhor como a conta fica exatamente.

Há outro aspecto aqui que são credenciados que atuam em nossa rede própria. Vou lhe dar dois exemplos para isso poder ficar claro. Do ponto de vista contábil-financeiro, temos alguns credenciados que temos que considerar como rede credenciada, mas atuam em nossa rede própria. Um exemplo são cooperativas médicas.

É diferente eu contratar um médico que atuará na minha Hapclínica, que fará uma cirurgia, etc., e é diferente de eu contratar uma cooperativa, porque eu não tenho uma personalização daquela contratação, e, aí, consideramos como rede credenciada, porque, embora atuem dentro da nossa rede própria, eles têm uma característica de contratação diferente.

Jorge Pinheiro:

Só para exemplificar bem o que o Bruno está falando, é muito comum os anestesistas cooperarem nas famosas Coopanests, que tem em quase em todas as cidades do Brasil. Então, quando um anestesista faz um procedimento em um hospital próprio, aquele honorário que vai para a Coopanest é entendido como rede credenciada, apesar de ser um procedimento feito em rede própria. É por isso que temos que classificar como credenciado, mas é procedimento feito dentro de hospital próprio.

O outro aspecto, como quase 95% das internações, incluindo clínicas e cirúrgicas, são feitas dentro da rede própria, você tem outro exemplo claro: o sangue. O banco de sangue é pago por um credenciado, mas é aplicado dentro da rede própria. Então, alguns insumos que pagamos como rede credenciada são realizados dentro de nossa rede própria e poderíamos caracterizar como rede própria, mas como a natureza deles é de um contrato de credenciamento, temos que classificar como credenciado.

Mariana Hernandes:

Entendido, pessoal. Muito obrigada. Ajudou bastante. E, de novo, parabéns pelos resultados.

Rodrigo Gastim, BTG Pactual:

Bom dia, pessoal. Tenho duas perguntas. A primeira delas em linha com essa pergunta de infraestrutura que vocês já começaram a comentar, o que chamou atenção, de fato, neste trimestre, foi o aumento do número de leitos, quase 25% ano contra ano. Então, eu gostaria de entender um pouco melhor, Jorge, se você pudesse explicar só um pouco melhor como será a dinâmica do crescimento. Então, eu gostaria de saber se esse crescimento em número de leitos será traduzido ou se já está sendo traduzido em uma aceleração de vendas por parte do time comercial?

Ou seja, o time comercial dando, enfim, sinal positivo para a equipe comercial acelerar as vendas nessas regiões, dada que a capilaridade está melhorando com esse aumento do número de leitos ou se parte desse crescimento em número de leitos é para, eventualmente, acomodar uma demanda já existente na rede, ou seja, um crescimento já contratado e que vocês já tiveram no passado; a capacidade ociosa acabou diminuindo muito e vocês tiveram que abrir mais leitos.

Então, eu queria entender melhor, quanto desses novos leitos serão direcionados para crescimento futuro e quantos novos leitos foram abertos para dar conta do crescimento que vocês já tiveram no passado? Essa é a primeira dúvida.

A segunda é em relação ao ticket médio do coletivo. Nós vemos o ticket médio subindo bem ano contra ano, tanto que o que mais chama a atenção é o do trimestre contra trimestre. O ticket médio do coletivo subiu 8% em relação ao 2T.

Então, eu queria entender um pouco melhor como está essa dinâmica do ticket médio no 3T para o coletivo. Vocês tiveram novos contratos, mix ou novas regiões? De onde veio esse crescimento tão importante de tickets? São essas as duas dúvidas. Obrigado, pessoal.

Jorge Pinheiro:

Oi, Rodrigo. Obrigado pela sua pergunta. Com relação aos novos hospitais, nós estamos bem confiantes com a manutenção do crescimento. No 4T, temos novos contratos com a Magazine Luiza que foram recentemente implementados. A Uniplan, que nós já anunciamos a operação, já foi toda internalizada, e a partir de 1º de novembro, nós começamos a funcionar.

A outra aquisição teve um processo bem rápido. Vocês viram que é um processo mais acelerado de transferência, como também da carteira da Free Life, que nós acabamos de adquirir, deve entrar, no mais tardar, no início do 1T19, mas temos a esperança que entre ainda no final deste ano, em dezembro.

Já temos outros contratos que o comercial já fechou, e não podemos dar *disclosure* ainda, mas são grandes empresas nacionais que devem começar no 1T19. Então, estamos bem confiantes de que os leitos que disponibilizamos a mais, boa parte deles não necessariamente tenha um custo direto.

Porque nós, obviamente, só contratamos o pessoal, médicos, enfermeiros e auxiliares, quando há a demanda, nós não temos leitos muito ociosos. Temos o espaço físico montado, mas a contratação de pessoal vai acontecendo mais à medida da utilização.

Então, responde a sua pergunta, sim, estamos bem confiantes e nós já estamos enxergando alguns desses crescimentos no curtíssimo prazo.

Bruno Cals:

Só para responder em relação ao ticket médio. Desde a madrugada, eu tenho conversado com alguns de vocês e um de vocês já tinha feito essa demanda para mim. Só para fazermos *double check* na Controladoria sobre o cálculo do ticket médio, e eu me comprometo a lhe dar uma resposta até o final do dia, dado que nós estamos uma hora atrás do horário de verão, e ainda eu não tive tempo de ter uma resposta da Controladoria. Mas eu darei o feedback a vocês até o final do dia.

Rodrigo Gastim:

Excelente. Perfeito. Obrigado, Jorge, pelas respostas.

Pedro, Bank of America:

Bom dia. Obrigado por pegarem as minhas perguntas. Eu tenho duas perguntas do nosso lado. Primeiro, olhando para o seu *loss ratio* para o 4T, eu queria perguntar se é possível quantificar o quanto vocês potencialmente conseguem diluir de custo fixo e quanto isso reduz o seu custo variável, dada a sazonalidade do 4T?

A segunda também é olhando para *loss ratio*, mas para 2019 em diante. Dada a expansão planejada de vocês e a abertura de novas unidades, o que devemos esperar de *loss ratio* em comparação a este ano? Essas são as minhas duas perguntas. Obrigado.

Jorge Pinheiro:

Obrigado pelas perguntas, Pedro. Com relação ao 4T, de maneira geral, como falei no início, temos uma segurança e expectativa de que anualmente manteremos o ganho de margem. Isso significa que a utilização médica do final do 3T, que já engloba resultados do 4T, voltou a bases históricas, ou seja, pré-virótico, em nível basal.

Isso nos dá confiança e segurança de que é verdade que tivemos um período de mais intensidade no 2T e no 3T deste ano, o que é natural que aconteça, com uma incidência maior de doenças virais, entre outras, no 2T e no 3T, mas o atendimento já voltou a níveis basais, ou seja, pré-viróticos, que já estamos enxergando agora realizando no 4T.

Então, nós estamos confiantes que, de maneira anualizada, apesar desse impacto de maior incidência no 2T e no 3T, ainda fecharemos o ano de maneira extremamente positiva, em linha com o nosso histórico e esperado.

Com relação a 2019, nós projetamos que nessas unidades que já inauguramos, deveremos continuar tendo um crescimento nessas cidades onde deveremos ter leitos ociosos. Outra coisa que ressaltamos muito nos últimos três meses é que nós abrimos vendas em algumas cidades onde não temos rede própria. Falamos bastante sobre isso nos últimos meses.

Fizemos isso “provocadamente”, como já foi uma nossa estratégia anterior de entrar em novas praças, primeiro, nós vendemos, depois de atingir uma determinada massa crítica de usuários, nós colocamos a rede própria de atendimento. Nós já temos projetado, para o próximo ano, pelo menos quatro novas unidades próprias em cidades do interior que já justificarão termos o serviço próprio.

Logo depois de instalarmos o serviço próprio, nós conseguiremos ser mais agressivos comercialmente e poderemos crescer com mais força.

Pedro, Bank of America:

Está ótimo, pessoal. Obrigado.

Thiago Auzier, Goldman Sachs:

Obrigado, senhores, por pegarem a minha pergunta. Acho que a minha pergunta é um pouco mais estratégica. Um ponto importante durante o IPO, sem dúvida, foi a intenção da Empresa em expandir para o sul e o sudeste. Acho que seria interessante se vocês puderem dar um *update* com relação à visão estratégica da Empresa em relação a esse tema.

E a segunda pergunta é se vocês podem falar um pouco como está a taxa de absorção da capacidade hoje. A média das unidades seria interessante também. Obrigado.

Jorge Pinheiro:

Thiago, muito obrigado pela sua pergunta. Em linha com o que nós falamos no *roadshow* e nos últimos meses, o nosso compromisso era o de fazer aquisições em curto prazo nas regiões norte e nordeste. E elas começaram a acontecer, e nós temos elementos para nos dar a segurança de que elas poderão acontecer em curto prazo nas nossas regiões e nós temos uma possibilidade grande de fazer um movimento forte fora das regiões norte e nordeste. Ou seja, nós podemos incluir sul, sudeste e centro-oeste para o ano de 2019.

Nós estamos trabalhando fortemente nesse sentido. Há alguns ativos de que gostamos muito e todos eles estão muito perto de nós. Nós estamos falando quase que diariamente sobre isso. Então, isso nos deixa muito esperançosos de que no próximo ano nós poderemos ampliar expressivamente a nossa presença nas regiões sul, sudeste e/ou centro-oeste. Esse é o nosso projeto para o próximo ano.

Com relação à capacidade da nossa rede, é mais ou menos o que eu lhe falei: em 95% dos casos, nas regiões nas quais atuamos, naquelas nas quais acreditamos que poderão crescer com mais velocidade, esse movimento já foi todo definido na estratégia. A maior parte dele já está implantada, com a disponibilização de novos leitos, o que nos permitirá crescer com velocidade e mais atratividade comercial.

Thiago Auzier:

Está ótimo. Muito obrigado.

Vinicius Ribeiro, Bradesco BBI:

Bom dia a todos. Obrigado por pegarem a minha pergunta. São duas, na realidade. Primeiro, eu gostaria de entender a questão da dinâmica comercial. Nós vimos que as adições líquidas no trimestre contra trimestre deram uma desacelerada.

Eu gostaria só de entender se isso é uma questão estratégica de esperar a expansão de rede que vocês estão fazendo para ir e voltar a ser mais agressivo e, aí, aumentar as taxas de utilização, ou se há alguma outra questão relacionada à macro ou alguma coisa regional específica de vocês.

E a segunda coisa é também um pouco relacionada a isso. Eu só gostaria de entender, uma vez que as aquisições mais recentes que vocês fizeram sejam integradas aos números de vocês, quanto, pelo menos conceitualmente, podemos esperar de uma melhora na sinistralidade após essa integração? Muito obrigado, pessoal.

Jorge Pinheiro:

Oi, Vinicius. Obrigado pela sua pergunta. Com relação a vendas, nós temos um crescimento anualizado. É claro que se nós avaliarmos só um trimestre, é uma visão muito curta, porque alguns contratos coletivos, às vezes, entram num trimestre ou em outro, o que posterga a implantação, ou seja, nós gostamos mais de avaliar o resultado do ano como um todo.

Não se pode negar que as regiões norte e nordeste, assim como o Brasil todo, tiveram dificuldades nos últimos meses. Se não fosse a Hapvida, as regiões norte e nordeste teriam perdido, se eu não me engano, 90 mil usuários. Nós, na contramão de todos na região, fizemos expansão, não só muito forte, como maior do que qualquer outro *player* nacional que atue em regiões como sudeste, onde a aceleração começou um pouco mais forte.

Nós já temos notado que o ânimo de aquecimento voltou nas regiões norte e nordeste. Claro, ele ainda é moderado, mas estamos muito animados que, no cenário de médio prazo, o crescimento retomará na região, o que nos beneficiará de maneira geral. Para o 4T, como já antecipei, nós já temos muita coisa já contratada, como eu falei há pouco, nós já diluímos, nós já implantamos nas regiões nas quais atuamos.

As duas aquisições, em curto prazo, serão internalizadas. Uma já foi e a outra será agora. Nós temos, ainda, outros contratos já assinados para o 1T19. Então, nós estamos muito animados que nós vamos manter a pegada de crescimento, sim. E, de novo, muito acima da indústria, inclusive de competidores que vêm fazendo aquisições.

O nosso crescimento orgânico até agora tem sido superior ao crescimento de concorrentes que estão fazendo aquisições. E as nossas aquisições estão começando agora. Já colocamos 12. Nós estamos muito animados que podem acontecer novas num curto período de tempo. Havia outra pergunta ou era só essa?

Vinicius Ribeiro:

Não. Obrigado por responder à primeira. Na verdade, é só entender a dinâmica da sua sinistralidade com a integração das aquisições de carteira que vocês fizeram.

Jorge Pinheiro:

Ótima pergunta. A característica dessas duas aquisições que nós tivemos – uma no estado do Piauí e outra no estado do Ceará – são muito favoráveis para nós porque, em 80% das carteiras adquiridas, nós já temos hospitais e leitos disponíveis. Então, isso nos ajudará a diluir. Isso, especificamente nesses dois casos.

No caso da Uniplam, que fica no Piauí, nós tínhamos um hospital com só 15% de ocupação. Então, nos ajudará a diluir fortemente os custos administrativos, os custos fixos daquele hospital. No caso da Free Life, algo próximo de 80% das vidas está em Fortaleza, onde nós temos ociosidade de leito. Parte de vocês conheceram o novo hospital que nós inauguramos há pouco tempo.

Os outros 20% estão numa região bem importante do Ceará, que é o segundo polo, que é a região do Cariri, que é o encontro de três cidades: Juazeiro, Crato e Barbalha. Essa região, comercialmente, é muito forte e representará a nossa entrada naquele polo em que, até hoje, nós não tínhamos fluxo comercial.

No caso de aquisições que venhamos a fazer no futuro, em regiões onde não temos rede própria, aí, nós podemos – não sei se é essa a sua pergunta – discutir com mais detalhe como seria essa dinâmica. Mas essas duas serão muito favoráveis do ponto de vista e passando em curto prazo favoravelmente também.

Bruno Cals:

Só complementando, Vinicius, isso é algo contínuo dentro da estratégia de crescimento da Companhia. Nós vamos diluindo essas unidades que colocamos há pouco e implantando novas unidades, ou porque nós não temos, ou porque nós estamos acrescentando leitos por uma questão estratégica e de agressividade comercial naquela região.

Até com o *feedback* de vocês, nós tivemos a intenção de abrir esse número porque, quando analisamos num curto período, naquela questão trimestral, ele tem um impacto temporário. E, aí, você vai diminuindo, vai crescendo, vai adicionando mais rede, e, aí, se torna uma coisa contínua. E assim será no próximo ano, através dessas novas unidades que nós já temos previstas para abrir, conforme o Jorge mencionou há pouco.

Vinicius Ribeiro:

Perfeito, pessoal. Muito obrigado pelas respostas. Muito claro.

Rodrigo Gastim, BTG Pactual:

Oi, pessoal. Só um esclarecimento em relação à pergunta do ticket médio, eu só gostaria de ter certeza se alguma linha do P&L muda com essa eventual alteração do ticket médio do corporativo. Há algum impacto em receita, em EBITDA ou em lucro? Vocês podem esclarecer isso?

E agora uma pergunta: eu gostaria de entender um pouco melhor essa dinâmica do reajuste dos planos individuais para frente. Nós vemos a ANS já propondo uma metodologia; a audiência pública aconteceu ontem.

De acordo com essa nova metodologia, pelo que vocês estudaram internamente, pelo que vocês já discutiram com o regulador; eu sei que é difícil gravar, obviamente, ou estimar com grande precisão, para onde vai o reajuste, mas um chute um pouco mais educado, digamos assim, para onde deveria ir esse nível de reajuste? Vocês conseguiriam nos ajudar a pensar nisso?

Neste ano, foi 10%. Pelas contas que tentamos fazer aqui, seria provavelmente algo um pouco abaixo disso. Eu gostaria de só ter uma ideia se vocês compartilham dessa visão, mas também não é nada muito menor do que isso. Então, se vocês pudessem nos passar a impressão de vocês sobre essa nova metodologia, eu acho que também ajudaria bastante. São esses dois pontos. Obrigado, pessoal.

Bruno Cals:

Gastim, só sobre a sua primeira pergunta, um esclarecimento: não muda absolutamente nada. O que nós estamos avaliando, lá, é só fazendo um *double check* na questão do cálculo especificamente do ticket médio do coletivo. Receita global não muda absolutamente nada. E, conseqüentemente, nada no P&L.

Jorge Pinheiro:

Rodrigo, com relação à sua segunda pergunta, nós ainda estamos estudando. Há consulta pública, inclusive ontem houve uma audiência em que o mercado todo levou suas dúvidas para entender melhor metodologia.

Então, nós não conseguimos lhe afirmar o que está vindo por aí. Ciente de que os números, em função do cenário de inflação, se a inflação geral continuar baixa. Nós temos confiança e segurança de que, pelo que vimos, eu não quero ter o compromisso de falar nenhum número, mas, qualquer que venha, nos dará um *spread* significativo com relação à inflação própria que já estamos projetando para o ano que vem.

Rodrigo Gastim:

Excelente. Muito claro. Obrigado, pessoal.

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 só de agradecer muito a todos, a toda a Diretoria reunida aqui para este almoço que faz parte da nossa estratégia de estarmos cada vez mais próximos do mercado e convidarmos mais o mercado para conhecer a realidade da nossa Empresa. Então, estamos todos juntos e felizes com vocês que são os nossos parceiros nesse projeto muito bacana.

Então, agradecer a todos e dizer da nossa confiança e da nossa segurança e do nosso ânimo em entregar e manter os níveis de resultado, que foram espetaculares, muito fora da curva da indústria brasileira, que, neste ano, nós devemos manter em padrões de crescimento e rentabilidade em níveis históricos. Muito obrigado a todos. Estamos à disposição de vocês para adicionais perguntas. Até logo. Obrigado.

Operador:

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