

Teleconferência de Resultados

07 de maio de 2018

OPERADORA:

Bom dia senhoras e senhores e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência do **Instituto Hermes Pardini**, para discussão dos resultados referentes ao primeiro trimestre de 2018. Estão presentes hoje o **Sr. Roberto Santoro**, Diretor Presidente, o **Sr. Camilo Lelis**, Diretor Executivo Administrativo Financeiro e o **Sr. Fernando Ramos**, Diretor de Relações com Investidores.

Informamos que os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da empresa e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando maiores instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando *0.

O áudio e os slides dessa teleconferência estão sendo apresentados simultaneamente pela Internet no endereço www.hermespardini.com.br/ri. Neste endereço, pode ser encontrada a respectiva apresentação para download, que pode ser acessada na sessão “central de resultados”.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria do **Instituto Hermes Pardini**, bem como em informações atualmente disponíveis para a Companhia. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. As condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar os resultados futuros da empresa e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Gostaria agora de passar a palavra ao **Sr. Roberto Santoro**, Diretor Presidente. Por favor, Sr. Roberto, pode prosseguir.

ROBERTO SANTORO:

Bom dia senhoras e senhores, sejam bem-vindos à teleconferência de resultados do primeiro trimestre de 2018 do Grupo Hermes Pardini. Eu, Camilo e Fernando faremos a apresentação com base no material disponível em nosso site de Relações com Investidores. Logo depois, vamos abrir a sessão de perguntas e respostas, em que os demais diretores aqui presentes também vão participar, fornecendo maiores detalhes sobre assuntos e questionamentos específicos. Temos hoje aqui conosco:

- Adriana Linhares, Diretora Executiva de Negócios;
- Alessandro Ferreira, Diretor Vice-Presidente Comercial e de Marketing;
- Guilherme Collares, Diretor Executivo de Operações;
- João Alvarenga, Diretor de TI e CIO.

Gostaria de começar nossa apresentação falando dos destaques operacionais do primeiro trimestre de 2018.

Na página 2 do material, começamos destacando o desempenho de nossa estrutura operacional. No mês de março de 2018, nossas áreas técnicas processaram mais de 8,5 milhões de testes, o que representou nosso novo recorde mensal de produção.

Falando agora de inovação, entendemos que a área de Pesquisa e Desenvolvimento é um pilar cada dia mais importante na estratégia de especialização no **Lab-to-Lab** do Grupo Pardini. No primeiro trimestre de 2018, a equipe de P&D concluiu 8 projetos. Além disso, implementou várias melhorias nos processos já existentes de produção de exames, permitindo assim aumentar o nível de eficiência e nossa rentabilidade em algumas linhas mais especializadas. O time vem sendo muito eficaz no desenvolvimento de novos testes e essa vem sendo nossa nova aposta, especializando cada vez mais nosso portfólio. Além disso, foram internalizados 3 exames que até então eram enviados a outros laboratórios, principalmente no exterior, gerando economias para a Companhia. Desta forma, reforçamos ainda mais o nosso diferencial competitivo no segmento **Lab-to-Lab**, que demanda renovação constante do portfólio de exames, uma demanda da própria Companhia em renovar esses exames.

Já que estamos falando de ampliação no portfólio, gostaria de comentar que no início de abril foi realizada uma Assembleia Geral Extraordinária em que os acionistas aprovaram a compra de 51% de participação no Labfar Pesquisa e Serviços Ltda. O Labfar é uma *start-up* que desenvolveu tecnologia própria para a realização de testes toxicológicos de detecção de drogas de abuso, com larga janela de detecção, já certificada pelo INMETRO e credenciada pelo DENATRAN. Esta aquisição reforça nossa posição no segmento **Lab-to-Lab** e está em linha com nossa estratégia de desenvolver uma linha de negócios em toxicologia forense. Esse mercado vem crescendo rapidamente nos últimos trimestres por conta de mudanças na legislação de trânsito e já começa a trazer benefícios para a sociedade, como por exemplo a redução de acidentes em rodovias federais.

Avançando para o slide 3, podemos ver que a marca Hermes Pardini encerrou o mês de março de 2018 com indicador **NPS** de 74 em Minas Gerais. **NPS** é uma sigla para Net Promoter Score, que é um indicador que avalia o nível de serviço oferecido aos clientes. Em São Paulo, o **NPS** foi de 73 no mês de fevereiro, o que representa forte expansão em relação ao início do ano passado e reflete diversas iniciativas de melhorias do nosso processo de atendimento, e também de todas as melhorias em hospitalidade e hotelaria que implementamos já a alguns meses.

O importante é que continuamos trabalhando em nosso projeto de expansão orgânica dentro dessa perspectiva das marcas já existentes. Na semana passada, inauguramos uma nova unidade de grande porte em Nova Iguaçu, no estado do Rio de Janeiro. Esta nova unidade replica o nosso modelo de atendimento, portfólio de exames e estrutura de custos que já adotamos em outras localidades, principalmente no nosso mercado maduro de Belo Horizonte. Em 2018 ainda deveremos inaugurar pelo menos uma nova unidade de grande porte no Rio de Janeiro, além de continuar focando esforços na melhoria do nível de serviço, de forma a fortalecer a marca Centro de Medicina Nuclear da Guanabara – CMNG – como referência de qualidade na região, tanto para exames de imagem e agora, também, com nossa ampliação de portfólio e do nosso sistema de atendimento, análises clínicas.

Além disso, inauguramos no mês passado duas novas unidades na região metropolitana de Belo Horizonte, sendo uma em Lagoa Santa e outra em Sete Lagoas. O objetivo destas inaugurações é reforçar a marca

Hermes Pardini e atender a demanda já reprimida dessas praças, que vem crescendo muito nos últimos anos. Importante reforçar que a nossa estratégia era abrir de acordo com a necessidade e com a solicitação das operadoras de saúde, que foi o que aconteceu nessas duas regiões específicas.

Também gostaria de destacar a expansão do nosso projeto dos Totens de Autoatendimento. Na fase de piloto, instalamos os equipamentos em duas unidades de Belo Horizonte e temos observado um nível de utilização e produtividade muito altos. Atualmente, um percentual grande dos clientes dessas unidades acaba utilizando o Totem, o que agiliza e simplifica o processo de atendimento. No primeiro trimestre levamos essa inovação tecnológica a mais unidades e o nosso objetivo é que todas as unidades de Belo Horizonte tenham o dispositivo funcionando até o final do primeiro semestre.

Agora, gostaria de passar a palavra ao Camilo de Lelis, nosso CFO, que vai falar dos destaques financeiros.

CAMILO LELIS:

Obrigado Roberto e bom dia a todos.

A recuperação econômica observada nos últimos meses, comprovada por meio dos índices de atividade, ainda não gerou impacto significativo sobre o nível de emprego ou mesmo sobre o número de beneficiários de planos de saúde. De acordo com a ANS (Agência Nacional de Saúde), aproximadamente 47,4 milhões de pessoas tinham acesso a planos de assistência médica ao final de março de 2018, evolução de apenas 0,3% em comparação com o ano anterior. Em função desse cenário, ainda desafiador, estamos trabalhando em vários projetos para redução do Overhead e SG&A.

No primeiro trimestre de 2018 continuamos apresentando evolução significativa na receita bruta e volumetria de ambas as unidades de negócio.

No slide 4, podemos ver que a Receita Bruta consolidada terminou o primeiro trimestre em R\$316,6 milhões, crescimento de 9,5% em relação ao ano anterior.

O *Same Lab Sales* foi de +7,4% no trimestre, mostrando que, no segmento **Lab-to-Lab**, a maior parte do crescimento veio do fortalecimento do relacionamento com clientes antigos.

Receita Líquida consolidada, foi em torno de R\$291,9 milhões no primeiro trimestre, registrou crescimento de 9,2%.

Nosso EBITDA ajustado ficou em R\$59,8 milhões no trimestre, o que representou uma margem de 20,5%. A margem bruta consolidada, por sua vez, ficou em 30,3% no trimestre.

O ROIC sem ágio fechou o trimestre em 30,8%, bem parecido com o indicador apresentado no primeiro trimestre de 2017.

Na reunião do conselho de administração realizada ontem, foi aprovado o pagamento de Juros sobre Capital Próprio aos acionistas, referente ao primeiro trimestre de 2018, no valor bruto de R\$9,3 milhões. O objetivo da companhia é alcançar uma redução na taxa efetiva, sempre bem alinhado com nosso planejamento estratégico.

Também tivemos a conclusão da 1ª etapa do projeto de Eficiência Empresarial, com o suporte do Instituto Águila, que tem como objetivo implementar melhorias em nossa estrutura comercial e administrativa.

Por fim, gostaria de falar um pouco sobre os impactos financeiros do **Projeto Enterprise**. Nas últimas semanas, realizamos uma simulação para avaliar qual teria sido o impacto no resultado de 2017 caso já estivéssemos rodando nossas áreas técnicas com as premissas contratadas no **Projeto Enterprise**. Essa simulação foi realizada com base em premissas de ganhos referentes à redução nos gastos com materiais, ganhos com o novo modelo de remuneração aos fornecedores e redução nos gastos com água, energia elétrica e ar comprimido.

No segmento **Lab-to-Lab**, a Margem Bruta de 2017 teria sido de 230bps a 260bps superior, caso já estivéssemos rodando nossas áreas técnicas com as premissas contratadas no **Projeto Enterprise**.

No segmento **PSC**, a Margem Bruta de 2017 teria sido de 70bps a 80bps superior, considerando a receita total do segmento **PSC**, e de 130bps a 150bps superior considerando apenas as receitas de análises clínicas nesse mesmo segmento.

Na visão consolidada, a Margem Bruta de 2017 teria alcançado o incremento de 160bps a 180bps superior, caso já estivéssemos rodando nossas áreas técnicas com as premissas contratadas no **Projeto Enterprise**.

Além disso, como já apresentamos anteriormente, o **Projeto Enterprise** deverá trazer efeitos para o Capital de Giro da Companhia, tendo em vista a provável redução de estoques e incremento no prazo de pagamento aos fornecedores. Nessa simulação apontamos uma redução de capital de giro da ordem de R\$13,0 milhões a R\$ 16,0 milhões.

O CAPEX estimado para o projeto deve ficar entre R\$23,0 milhões e R\$25,0 milhões, incluindo nesse número tanto a aquisição de equipamentos quanto os gastos internos associados à implementação do Projeto, que serão capitalizados. Com isso, estimamos que o *payback* do projeto deverá ocorrer em menos de 1 ano. Considerando todos os esforços da área técnica e comercial, acreditamos que esses efeitos poderão se iniciar no último trimestre desse ano de 2018.

Agora, gostaria de passar a palavra ao Fernando Ramos, nosso Diretor de RI, que vai falar sobre os detalhes dos resultados financeiros.

FERNANDO RAMOS:

Obrigado Camilo e bom dia a todos.

Na página 5 começamos falando da receita bruta consolidada, que alcançou R\$316,6 milhões no trimestre. Isso representa um crescimento de 9,5% na comparação com o mesmo período do ano passado.

Como o Camilo mencionou a pouco, mesmo num cenário macroeconômico ainda desafiador, apresentamos boas taxas de crescimento em ambas as unidades de negócio. O **Lab-to-Lab** cresceu 7,5% no trimestre, enquanto o segmento **PSC** cresceu 8,2%.

A receita bruta do **PSC**, excluindo os efeitos das aquisições, apresentou expansão de 1,2% no trimestre, o que sinaliza que a maior parte do crescimento deste segmento veio realmente das operações do Laboratório Humberto Abrão e Ecoar, em Belo Horizonte, adquiridas no final de 2017.

Avançando para o slide 6, podemos ver que o crescimento no segmento **Lab-to-Lab** continua sendo beneficiado por evoluções em dois indicadores operacionais importantes:

- Primeiro, continuamos aumentando a quantidade de clientes. No primeiro trimestre tivemos 5.151 clientes que geraram receita, o que representa um crescimento de 6,3% em relação ao mesmo período de 2017. No trimestre, foram 304 clientes geradores de receita a mais do que no ano passado, o que reflete o bom desempenho da equipe comercial na expansão de nossa base de clientes tanto em rotas existentes quanto por meio da abertura de novas rotas comerciais;
- Em segundo lugar, conseguimos expandir a receita média por cliente em 1,2% como resultado do ganho de “*share of wallet*” e aumento da terceirização por parte dos clientes.

Gostaria de destacar que a desaceleração da taxa de crescimento do segmento **Lab-to-Lab** observada no trimestre, quando comparada aos trimestres anteriores, deve-se principalmente a dois fatores:

- Primeiro, no trimestre tivemos um efeito calendário relevante, por conta de feriados caindo em dias de semana. De acordo com nossas análises internas tivemos dois dias úteis a menos do que no primeiro trimestre de 2017. O efeito calendário naturalmente também teve efeito sobre a taxa de expansão da receita média por cliente;
- Em segundo lugar, a taxa de crescimento do **Lab-to-Lab** foi negativamente impactada pelo processo de incorporação das empresas adquiridas. Na seção 3.1 do release de resultados explicamos em detalhe esse efeito que é puramente técnico e que por si só retirou do segmento **Lab-to-Lab** aproximadamente 3,2 pontos percentuais de crescimento no trimestre.

Outro fator que acabou colaborando com a desaceleração no crescimento do segmento **Lab-to-Lab** foi a queda de 2,9% no ticket médio. Esse movimento deve-se, principalmente, ao *mix* de exames no trimestre, ao aumento da base de clientes geradores de receita e à maior intensidade da competição no segmento.

Falando agora do segmento **PSC**, o gráfico da página 7 nos mostra que a receita bruta avançou 8,2% no trimestre, em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Nossa operação de Minas Gerais manteve um forte ritmo de expansão, seguindo a mesma tendência que já tinha sido observada nos trimestres anteriores. Como mencionei há pouco, esse indicador foi diretamente beneficiado pelas aquisições do Laboratório Humberto Abrão e Ecoar, em Belo Horizonte, no final de 2017. O indicador *Same Store Sales* da região, que exclui o desempenho das empresas adquiridas, ficou em 5,0% no trimestre mesmo com o efeito calendário.

Em Goiás, a força da marca Padrão nos ajudou a manter um excelente ritmo de expansão no trimestre, em que o indicador *Same Store Sales* foi superior a 10% no trimestre. Mais uma vez, Goiás apresentou o melhor indicador dentre as nossas operações de **PSC**.

Mais uma vez, a operação de São Paulo mostra sinais de que o pior já passou. A operação vinha apresentando queda de dois dígitos na receita, principalmente por conta do menor volume de exames de imagem. No primeiro trimestre a operação continuou apresentando queda de receita, mas num ritmo menor. O indicador *Same Store Sales* ficou em -6,1% no trimestre, sendo que no mês de março já observamos evolução na volumetria e na receita bruta em comparação com o mês de março de 2017. A estabilização da operação reflete as diversas iniciativas que temos desenvolvido com o objetivo de aprimorar o modelo de atendimento na região, que já começam a gerar resultados como pudemos observar na forte expansão do indicador de nível de serviço (**NPS**), que chegou a atingir 73 no mês de fevereiro de 2018.

Por fim, o gráfico mostra uma reversão de tendência no Rio de Janeiro, em que o *Same Store Sales* ficou em -9,7%. Essa queda na receita bruta está associada a reduções na volumetria de exames de imagem e no ticket médio.

Com relação à volumetria dos exames de imagem, a queda observada no trimestre está associada a alguns fatores:

- Primeiro, a incorporação realizada no final do 4º trimestre de 2017, com o objetivo de simplificar a estrutura administrativa, fez com que os clientes de algumas operadoras de saúde não pudessem utilizar nossas unidades durante o período de atualização do cadastro e/ou do credenciamento. Com relação a esse primeiro fator, vale destacar que a situação com as principais operadoras de saúde está em processo de regularização, ou seja, esperamos que esse impacto nos próximos trimestres seja relativamente pequeno;
- Segundo, observamos um movimento estratégico em uma grande operadora de saúde da região, que promoveu a internalização de exames de imagem, sobretudo aqueles com maior grau de complexidade. Estimamos que esse fator foi responsável por aproximadamente metade da queda da receita bruta observada no trimestre;
- Terceiro, o efeito calendário, já mencionado anteriormente.

A queda observada no ticket médio no Rio de Janeiro está associada à expansão de mais de 10% no volume de exames de análises clínicas simultaneamente à redução do volume de exames de imagem, conforme mencionei há pouco, mais concentrada em exames com maior nível de complexidade e em operadoras de saúde que apresentavam *tickets* acima da média na região.

Gostaria de destacar que continuamos realizando melhorias em processos e em infraestrutura das unidades do Rio de Janeiro, com o objetivo de aprimorar o nível de serviço aos clientes e replicar os padrões adotados pela Companhia em outras praças. Nesse sentido, aproveitamos o fato do primeiro trimestre ser um período de menor volume por conta de fatores sazonais para concluir o processo de substituição do sistema de *front-office* por uma solução já utilizada pelo Hermes Pardini em outras praças. O novo sistema está preparado para lidar com todas as rotinas operacionais, tanto em exames de imagens quanto de análises clínicas. Além disso, a plataforma tecnológica está integrada com os sistemas de *back-office* da Companhia, permitindo a automatização de inúmeros processos que vinham sendo realizados de forma manual. Como resultado destas melhorias, esperamos obter ganhos de eficiência operacional e observar melhorias no nível de serviço oferecido aos clientes.

Indo para a próxima página, podemos notar que as glosas reduziram um pouco como percentual da receita bruta no quarto trimestre, o que reflete as iniciativas que o Camilo vem destacando aqui na teleconferência de resultados, nos últimos trimestres. Como pode ser visto no gráfico da direita, no primeiro trimestre o segmento **PSC** foi responsável por 47,7% da receita líquida total, o que demonstra estabilidade nesse indicador na comparação com o mesmo período de 2017.

No slide 9, as principais variações do Custo dos Serviços Prestados, em comparação com os números do ano anterior, ocorreram por conta do aumento do volume de exames em ambos os segmentos de atuação e das aquisições realizadas no segmento **PSC**.

Os Custos com Pessoal passaram de 22,6% da receita líquida no primeiro trimestre de 2017 para 24,4% agora por conta de contratação de pessoal para atender o crescimento no volume de exames. Além disso,

a aquisição dos Laboratórios Humberto Abrão e Ecoar também contribuíram para o aumento dos gastos com pessoal como percentual da receita líquida.

Já os Custos com Materiais passaram de 22,2% da receita líquida no primeiro trimestre de 2017 para 23,7% no último trimestre. Isso é resultado da integração dos números das empresas Ecoar e Humberto Abrão, da variação de preços de alguns materiais e da maior participação dos exames de análises clínicas e vacinas na composição da receita do segmento **PSC**.

No comparativo com o mesmo trimestre do ano anterior, os custos totais aumentaram em proporção superior à receita líquida. Como podemos ver na página 10, isso contribuiu para a queda na margem bruta consolidada superior a 300 basis points, encerrando o primeiro trimestre em 30,3% da receita líquida.

No segmento **Lab-to-Lab** a queda de margem bruta observada no trimestre está associada ao efeito calendário, ao aumento da estrutura de necessária para rodar uma operação com maior volume e à queda do ticket médio, este último refletindo a intensificação do ambiente competitivo.

No segmento **PSC**, a queda na margem bruta deve-se principalmente à redução da receita bruta na praça do Rio de Janeiro, que, por possuir um *mix* de receita composto majoritariamente de imagem, possui uma alavancagem operacional muito maior. Nas praças de Minas Gerais e Goiás, a margem bruta apresentou expansão em relação ao ano anterior em função do aumento orgânico no volume.

Avançando para o slide 11, temos a abertura das despesas operacionais que apresentaram aumento de R\$4,3 milhões na comparação com o mesmo período do ano anterior.

Com relação às Despesas com Vendas, a expansão nominal de R\$6,1 milhões no primeiro trimestre, quando comparamos com o mesmo período do ano anterior, foi resultado de alguns fatores:

- Primeiro, no trimestre tivemos incremento das despesas com Publicidade e Propaganda de R\$0,7 milhão em Minas Gerais, como estratégia de reforço da marca Hermes Pardini;
- Segundo, as aquisições dos laboratórios Ecoar e Humberto Abrão, em Belo Horizonte, adicionaram R\$0,5 milhão em despesas com vendas no trimestre;
- Terceiro, tivemos um incremento de R\$0,9 milhão nas despesas com comissão das equipes comerciais.

Por fim, nesse primeiro trimestre de 2018 não tivemos repetição de efeitos referentes a ajustes provenientes do laboratório Guanabara no Rio de Janeiro, que no primeiro trimestre de 2017 reduziram as despesas comerciais em R\$2,4 milhões.

No caso das Despesas Gerais e Administrativas, a variação observada no período é explicada basicamente pela integração dos números das empresas Ecoar e Humberto Abrão, que totalizaram R\$1,1 milhão no trimestre.

No slide 12 podemos ver que o EBITDA Ajustado totalizou R\$59,8 milhões no primeiro trimestre, representando queda de 7,2% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

O slide 13 traz um resumo do resultado financeiro, que encerrou o trimestre com valor negativo em R\$5,0 milhões. Esse valor foi influenciado diretamente pela queda na receita financeira, que reflete a redução da taxa SELIC no período, e o menor saldo de caixa.

Fechamos o primeiro trimestre com dívida líquida de R\$115 milhões. Entendemos que esse é um grau de alavancagem extremamente saudável, dado que o indicador Dívida Líquida / EBITDA LTM ficou em apenas 0,5x, em linha com o quarto trimestre de 2017. Para os próximos trimestres, nossa intenção é manter posição de dívida líquida, logicamente num grau saudável de alavancagem, com o objetivo de reduzir o custo médio ponderado de capital e otimizar a estrutura de capital.

Avançando agora para o slide 14, podemos ver que o aproveitamento de créditos tributários de imposto de renda e contribuição social provenientes de gastos realizados em exercícios anteriores permitiu que o Grupo Pardini apresentasse redução na alíquota efetiva de Imposto de Renda e Contribuição Social. Esse efeito também trouxe impacto positivo sobre o Lucro Líquido, que encerrou o primeiro trimestre em R\$29,6 milhões.

Na página 15, mostramos que os investimentos em ativos imobilizados no trimestre totalizaram R\$14,3 milhões, com destaque para itens que classificamos como CAPEX de manutenção. Isso inclui os gastos relacionados à reforma de unidades em Minas Gerais, Goiás, Rio de Janeiro e São Paulo, no valor aproximado de R\$6,2 milhões, e investimentos em equipamentos de alta especialização no NTO para expansão da capacidade produtiva, no valor aproximado de R\$3,6 milhões. Adicionalmente, tivemos a capitalização de aproximadamente R\$1,0 milhão em gastos já relacionados à implantação do **Projeto Enterprise**.

Como resultado de um alto índice de lucratividade e de uma estrutura de capital extremamente saudável, o ROIC dos últimos doze meses sem ágio fechou o trimestre em 30,8%, em linha com o indicador apresentado no ano anterior, e pode ser considerado um dos maiores indicadores no nosso setor de atuação.

Por fim, na página 16, gostaria de destacar que a Assembleia Geral Ordinária realizada em 24 de abril aprovou o pagamento de dividendos da ordem de R\$4,2 milhões aos acionistas, referentes ao lucro líquido de 2017. Vale lembrar que uma parte do lucro do exercício já tinha sido paga aos acionistas em dezembro de 2017, na forma de Juros sobre Capital Próprio.

Por falar em Juros sobre Capital Próprio, em reunião realizada ontem o Conselho de Administração aprovou o pagamento de JCP no valor bruto de R\$9,3 milhões, referente ao primeiro trimestre de 2018. Tanto os dividendos quanto o JCP devem ser pagos aos acionistas ainda no mês de maio.

Agora vou passar a palavra de volta ao Roberto, que gostaria de fazer algumas considerações sobre os resultados desse trimestre.

ROBERTO SANTORO:

Obrigado Fernando.

Importante destacar que essa é a primeira vez que anunciamos uma queda no EBITDA Ajustado e no Lucro Líquido desde que concluímos o processo de abertura de capital em fevereiro de 2017, e pelo meu conhecimento dentro dos últimos 9 anos, foi a primeira vez. Meu entendimento é que o desempenho deste trimestre deve ser avaliado com muita cautela pelo mercado, pois estamos vivendo um ano não recorrente e um ano de transição de nosso modelo produtivo. Também é importante lembrar que os números do trimestre foram diretamente influenciados por eventos não recorrentes e por uma dinâmica de competição

de mercado que tende a se reverter nos próximos trimestres com todas ações que estamos implementando.

Com relação ao segmento **PSC**, a queda no nível de rentabilidade está diretamente associada à redução nos volumes de exames de imagem e de ticket médio no Rio de Janeiro. É importante lembrar que uma parte representativa da queda de volume ocorreu por conta do processo de incorporação da Companhia. Como o Fernando comentou há pouco, a situação com as operadoras de saúde mais relevantes já está sendo regularizada, o que nos faz acreditar que nos próximos trimestres a incorporação deve ter um impacto limitado nos nossos resultados. Com relação ao movimento de internalização de exames, entendo que se trata de uma situação isolada, que abre espaço para que nosso time comercial busque ampliar o relacionamento com outras operadoras de saúde da região, alcançando novas carteiras de clientes de acordo com a evolução da nossa hospitalidade, hotelaria, do nosso nível de serviço e portfólio cada vez melhor e ampliado na região. Lembrando que o Centro de Medicina Nuclear da Guanabara – CMNG – é uma aquisição recente, e a transformação é contínua, e a cada dia atendemos melhor nossos clientes. Aqui vale lembrar que nossas lojas no Rio de Janeiro vêm apresentando alto grau de saturação de atendimento e também de ocupação dos nossos equipamentos, principalmente de ressonância nuclear magnética, o que nos motiva a continuar abrindo novas lojas, adicionando equipamentos de imagem nas unidades existentes e promovendo melhorias nas unidades atuais. Também vamos continuar buscando aumentar nossa presença em análises clínicas na região, dado o nosso portfólio completo, a troca de sistemas já realizadas. Hoje o sistema, que é o mesmo da marca Hermes Pardini, permite atender todas nossas especialidades em análises clínicas além da imagem.

Voltando um pouco ao segmento **Lab-to-Lab**, apesar da maior pressão competitiva no curto prazo, lembrar que já passamos por isso esses movimentos de tempos em tempos, enxergamos oportunidades para buscar crescimento nos patamares de receita e expansão das margens de lucro no médio e longo prazos. Primeiramente, uma retomada da atividade econômica pode trazer expansão no volume de exames para nossos clientes, além da tendência de aumentar a terceirização no Brasil, o que deve naturalmente trazer mais volume para o **Lab-to-Lab**. O segundo ponto foi que ao longo dos últimos trimestres, temos desenvolvido iniciativas estratégicas para fortalecer nosso posicionamento de diferenciação no segmento. Dentre tais iniciativas, destacamos:

- O **Projeto Enterprise** sendo um projeto com uma consistência muito grande para aumentar e melhorar a experiência do nosso cliente no **Lab-to-Lab**, cujo processo de implementação já foi iniciado e que a partir de 2019 deverá permitir que o Grupo Hermes Pardini ofereça um novo patamar de nível de serviço aos clientes, um patamar que eu diria ainda não alcançados, mas que vai nos permitir ser vistos como uma empresa ainda mais diferenciada nesse segmento que atuamos;
- Além disso, temos todo movimento de redesenhar nosso processo de atendimento ao cliente **Lab-to-Lab**, para que ele tenha toda a aderência dos nossos serviços, e que a gente possa cumprir e atender às necessidades atuais e tentar mapear todas as necessidades futuras, para que possamos gerar mais consistência no atendimento, segurança e mais digitalização na relação com esse cliente.

Acredito que a tendência já foi citada de terceirização de exames cada mais especializados deva continuar avançando, o Brasil tem um potencial grande para incorporar novos testes e novas tecnologias e, desta forma, vamos continuar perseguindo um grau cada vez maior a nossa capacidade de especialização em renovação do portfólio de exames seja por meio de desenvolvimento interno, pela nossa cultura de

inovação e capacidade de Pesquisa e Desenvolvimento, ou seja através aquisições de tecnologia que vem se somar ao nosso portfólio mais especializado no **Lab-to-Lab**. Como mencionei também no trimestre passado, neste ano temos como meta acelerar o desenvolvimento das unidades de negócio de Medicina de Precisão e de Toxicologia Forense.

Com relação especificamente aos exames de Toxicologia Forense, vale destacar a aquisição do Labfar Pesquisa e Serviços (“Labfar”), uma das poucas empresas no Brasil habilitadas a processar exames de drogas de abuso com larga janela de detecção, vem contribuindo para um mercado cada vez crescente nos últimos anos, sobretudo por esse aprimoramento na legislação brasileira de trânsito, e já começa a gerar impactos positivos para a sociedade, incluindo-se aqui a redução da quantidade de acidentes de trânsito nas estradas federais. Em relação a essa toxicologia forense, nós fizemos essa aquisição do controle da “LabFar”, que é uma *start-up* produtiva, em que nós já estamos aumentando sua capacidade produtiva e instalada, trazendo novas tecnologias para ela também, e além disso temos experiência nessa linha de negócio dada a nossa participação, capilaridade e conhecimento na área de toxicologia também. Isso é o primeiro movimento em direção ao desenvolvimento e aperfeiçoamento da toxicologia Pardini, que é uma área de grande crescimento e experiência do Grupo Hermes Pardini no segmento **Lab-to-Lab**.

Por fim, gostaria de deixar claro que continuamos otimistas com as perspectivas operacionais e financeiras para a Companhia.

Gostaria ainda de reforçar nosso compromisso em continuar trabalhando para manter o Grupo Pardini entre as empresas rentáveis e sólidas do mercado, e também uma empresa que honra seus compromissos corporativos, com boas práticas de mercado, com responsabilidade e, acima de tudo, rigor técnico, reforçando sempre os pilares de nossa marca: medicina, saúde e bem-estar dos nossos clientes. Essas são nossas principais práticas com responsabilidade.

Podemos passar agora para a seção de perguntas e respostas.

Muito obrigado.

OPERADORA:

Obrigada! Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Caso haja uma pergunta, por favor, digitem

*1. Para sair da fila, digitem a tecla *2.

Nossa primeira pergunta vem do Sr. Vinicius Figueiredo, Itaú BBA.

VINÍCIUS FIGUEIREDO:

Bom dia pessoal, obrigado por pegar minha pergunta. Vocês comentaram que a pressão da margem bruta no segmento **Lab-to-Lab** veio da intensificação da competição, que ela veio devido a uma redução do ticket médio. A minha pergunta é: quantos bps vieram desse aumento de concorrência? E aproveitando também, se puderem dar uma cor qualitativa de que tipo de exames ou região vocês viram esse ambiente mais competitivo seria muito bom. Muito obrigado.

ALESSANDRO FERREIRA:

Bom dia Vinicius, Alessandro Ferreira falando. Sim, a gente está afirmando que a queda do ticket médio do apoio veio também em decorrência de um movimento no acirramento da concorrência de alguns concorrentes, que vem apresentando principalmente nesse primeiro trimestre práticas comerciais não-convencionais, vamos colocar dessa maneira. E foi necessário, para continuarmos com nosso movimento de crescimento de *share*, nós ajustarmos nosso *ticket*, não só para um movimento de defesa, mas também um movimento de expansão em uma base de clientes, que como havíamos falado anteriormente em outras *calls*, nesse movimento de expansão e de captura de clientes, ele entra também não só com o *mix* mais baixo, mas eventualmente a gente precisa fazer algum ajuste de *ticket*, então essa queda de *ticket* não foi só pelo movimento de defesa, mas a expansão que foi demonstrada pelo Fernando de carteira, traz também clientes de tickets menores. Ainda não posso te dar um número preciso, mas talvez entre 50% e 70% dessa diferença de *ticket* veio desse movimento da concorrência e o restante veio desse *mix* de novos clientes, que foi substancial a entrada desses novos clientes no **Lab-to-Lab**. Importante salientar que mesmo com esse movimento do acirramento da concorrência nós não paramos a expansão de *share*, a gente vem crescendo no número de clientes, nas compras dentro dos mesmos clientes também, no *share of wallet* também, que demonstra claramente nosso investimento no segmento **Lab-to-Lab**, que mostra e demonstra que a gente acredita, apesar do resultado do primeiro trimestre não ser tão bom o quanto imaginávamos, a gente uma certeza bem interessante que será um ano de crescimento no **Lab-to-Lab** substancial.

VINÍCIUS FIGUEIREDO:

Ótimo. Muito obrigado.

FERNANDO RAMOS:

Vinicius, você pode repetir sua última pergunta por favor?

VINÍCIUS FIGUEIREDO:

É, eu acho que você já a respondeu, ela era sobre o que vocês estão vendo para resto do ano. Mas também, se vocês puderem falar sobre que tipo de exame ou região que vocês viram o aumento da concorrência?

FERNANDO RAMOS:

Vinicius, esse é um tipo de abertura que a gente acaba não podendo fornecer para o mercado por questões de estratégia e ambiente competitivo. Peça então que você nos desculpe, mas essa é uma informação que não pode disponibilizar.

VINÍCIUS FIGUEIREDO:

Tranquilo. Sem problemas. Obrigado!

OPERADORA:

Nossa próxima pergunta vem de Luciano Campos, do banco Bradesco BBI.

LUCIANO CAMPOS:

Bom dia a todos. Na verdade, tenho duas perguntas. Uma é sobre a operação no Rio de Janeiro, o cliente começou a terceirizar os exames de imagens que eles normalmente compravam de vocês. A gente teve uma situação não muito diferente disso em um outro *player* de diagnósticos alguns anos atrás, e mais ou menos 1,5 anos depois da perda de um grande cliente, eles já estavam relativamente bem estabelecidos e até voltaram a crescer e ocupar a capacidade antes ocupada por esse cliente, com novos negócios até mais interessantes, digamos assim, do ponto de vista de imagem. O que eu gostaria de saber é se vocês têm isso mapeado? No caso de vocês se a capacidade de hoje que deixa de ser usada por esse cliente que resolveu internalizar, se vocês já têm mapeado os clientes que possam preencher essa lacuna, e se isso seria feito em condições melhores, iguais ou inferiores a desse último cliente. Essa é minha primeira pergunta. Obrigado.

ROBERTO SANTORO:

Luciano, bom dia, é o Roberto. Em relação a essa internalização, já era algo mapeado no mercado, mas não sabíamos qual era o perigo que ia acontecer, realmente isso abre oportunidade de preencher sua capacidade com outros convênios. O grande ponto é que a nossa capacidade no Rio de Janeiro é uma capacidade em transformação. Todo movimento de reforma das unidades, todo o sistema de atendimento foi trocado, e isso traz uma melhoria na velocidade e no gerenciamento de filas, coisas simples no desafio do atendimento, e além disso ainda temos uma capacidade limitada frente a demanda atual. Por mais que tenha tido essa internalização e perda de exames de imagem, lembrar que aqui essa internalização foi de exames de maior complexidade e tickets maiores, principalmente tomografias e ressonância. Mesmo assim, continuamos com a capacidade saturada, principalmente na área de imagem, mas com convênios de ticket menor, e isso que faz com que se tenha um resultado pior também. No contexto competitivo nesse mercado, eu observo uma abertura muito grande das operadoras locais do Rio de Janeiro para ter mais uma possibilidade, mais um prestador, e nós estamos nos capacitando progressivamente, o comercial já possui todos os contatos e dos relacionamentos. Eu diria que é um desafio ainda nosso do que do mercado, é a nossa capacidade de conseguir atender estas novas carteiras de acordo com o interesse das operadoras. Lembrando que precisamos ter uma capacidade de serviço melhor, bem adequada a essas determinadas carteiras para não ter nenhum problema na relação de consumo e de serviço para que a operadora então não seja punida pela ANS por qualquer problema no tempo de atendimento ou espera. Na nossa estratégia o Rio de Janeiro é um mercado potencial, mapeado com bom relacionamento comercial e depende da nossa atuação, da nossa capacidade de expansão e adequação as novas demandas.

ALESSANDRO FERREIRA:

Luciano, é Alessandro falando novamente, gostaria de complementar a resposta do Dr. Roberto. Primeiro, obrigado pela pergunta, é uma oportunidade de passarmos para vocês a nossa visão estratégica das possibilidades do Rio de Janeiro, o qual somos bastante otimistas com a praça. Sobre esse mapeamento, sim ele já foi feito em relação a aquelas operadoras e os planos de dentro dessas operadoras que irão ocupar espaço, mas também em relação a produtos. Nós fechamos, por exemplo, uma exclusividade com uma linha de produtos de alto *ticket*, que já vem impactando no *ticket* do Centro de Medicina Nuclear da Guanabara e nós temos uma grande oportunidade no Rio de Janeiro em relação ao *ticket* de análises clínicas, expurgando o *ticket* de imagem. Vale lembrar que o Centro de Medicina Nuclear da Guanabara conta com um *back-office* tecnológico do grupo Pardini, que hoje como o Dr. Roberto colocou é uma empresa de alta especialização, então a gente introduziu um portfólio diferenciado de análises clínicas no Rio de Janeiro, e com isso a gente está conseguindo trazer alguns contratos de exclusividade em exames de maior especialização e *tickets* mais altos também. A outra possibilidade, é que com a compra da Labfar, e mais uma vez eu vejo que talvez essa aquisição foi pouco entendida pelo mercado o impacto positivo que isso terá na receita pelo curto prazo, que vai possibilitar a gente a trabalhar com exames *out-of-pockets*, o exame de pagamento à vista, particular, de alto *ticket* e de boas margens, sendo o Rio de Janeiro um excelente mercado dado a complexidade logística e a quantidade de empresas de transporte de carga. Temos isso mapeado, e certamente irá nos trazer bons resultados para o Guanabara.

LUCIANO CAMPOS:

Obrigado Alessandro, eu só tenho mais uma última pergunta, então no release vocês comentam ali do *kick-off* desse projeto de eficiência empresarial, vocês podem falar um pouco mais sobre o que está envolvido? Qual seria o *timing* disso? E expectativas não sei se estamos falando sobre corte de custos? Ou seria melhoria de margem apenas sem corte de custos? Será que vocês poderiam dar um pouco de cor nesse projeto? Obrigado.

CAMILO LELIS:

Obrigado Luciano, bom dia, é Camilo. Luciano, esse projeto foi iniciado em meados de fevereiro, e ele visa exatamente a reestruturação de todo processo administrativo, e visa também o aumento de ganho e de eficiência da estrutura de *back-office*. Já concluímos a primeira fase desse projeto com exatamente algumas reduções de custos, principalmente na área de *IP*, e agora no segundo trimestre estamos realizando a segunda fase com outros ganhos de eficiência. Nós ainda não estamos divulgando os números mas temos aí uma grande contribuição desse projeto no resultado da empresa.

LUCIANO CAMPOS:

Camilo, isso é uma coisa para se concluir ainda em 2018? Isto é, teremos a conclusão completa desse projeto ainda esse ano?

CAMILO LELIS:

A conclusão será no fim de 2018.

LUCIANO CAMPOS:

Perfeito, muito obrigado.

OPERADORA:

Nossa próxima pergunta vem de Joseph Giordano, do banco JP Morgan.

JOSEPH GIORDANO:

Olá, bom dia a todos. Eu gostaria de explorar um pouquinho mais da questão competitiva no **Lab-to-Lab**, me parece que há um *player* no interior de São Paulo que está um pouco mais agressivo ao passo em que eles abriram um novo NTO, e eu queria entender a cabeça de vocês, se vocês, começam a ver um pouco mais de acirramento competitivo principalmente no Nordeste, que aparentemente esse *player* ele contratou um time comercial do seu maior competidor hoje. Eu queria entender o que vocês começam a ver de movimentação no Nordeste, e se existe alguma pressão vindo de lá. E a minha segunda pergunta vai em relação a São Paulo, aqui a operação está demorando um pouquinho mais para “rampar” do que o esperado, então queria entender como está a cabeça de vocês para esse e principalmente os próximos anos da frente de expansão? Obrigado.

ALESSANDRO FERREIRA:

Aqui é Alessandro, a gente tem uma análise bem detalhada dos movimentos de cada concorrente em cada região do país, a gente consegue analisar isso por cidade, por laboratório e temos um sistema de vigilância comercial bem ativo. Acompanhamos não só esse *player* que você citou, mas também outros, lembrando que hoje, os três principais *players* do mercado não têm nem 50% do mercado total de apoio, o que nos dá possibilidade de crescer em todas as regiões do país sem necessariamente esbarrar nesses *players* maiores, isso é um ponto. A opção estratégica desses *players*, que a gente obviamente respeita, é uma descentralização do modelo produtivo, e por isso a inauguração de núcleos operacionais em outros lugares. Nós contornamos essa situação otimizando os processos logísticos, com isso a gente consegue um controle operacional maior, um controle de custos maior, e a gente continua absorvendo e diluindo os custos aqui no Núcleo Técnico Operacional. Isso não significa que vendo uma oportunidade de uma operação avançada, viável e com o processo muito bem desenhado, a gente não possa fazer. Talvez hoje, talvez não, certamente o Hermes Pardini é o *player* com maior capacidade de introdução de plantas produtivas no modelo replicável que se tem no Brasil. Então a gente acompanha, mapeamos, acompanhamos todos os processos, mas ainda temos uma tranquilidade e otimismo muito grande com a nossa possibilidade de expansão no **Lab-to-Lab**, os números que estão refletindo esse trimestre, eles mostram que continuamos crescendo em *market share*, vamos continuar crescendo em *market share* incluindo no interior de São Paulo, onde esse *player* tem essa base, mas o Brasil possui muitas possibilidades, não estamos focados em um determinado concorrente, o nosso foco é no mercado. Não importa se está no Norte, no Sul, onde quer que esteja, onde tivermos possibilidade de crescimento nós temos uma capacidade logística e uma otimização de processo que nos faz chegar aonde tem mercado para crescer.

ADRIANA LINHARES:

Bom dia, aqui quem fala é Adriana Linhares. Em relação ao mercado de São Paulo, a rampa da nova unidade que abrimos no Morumbi começa a ter crescimento de receita a partir de abril, sem impacto algum na receita do primeiro trimestre na região. Nós percebemos, como o Fernando disse, que em março, após um período sem crescimento, foi o primeiro mês que nós crescemos e ficamos acima da receita no mesmo período do ano anterior. Então o que estamos enxergando é uma melhora do mercado e está dentro daquilo que estávamos esperando, então vamos aguardar um pouco mais, vamos esperar aí mais um período para tomar a decisão de continuar a expansão na região de São Paulo. É importante que nesse período, o que a gente tem feito muito é focar na questão operacional e no nível de serviço oferecido, o que tem refletido muito nos indicadores nossos de serviço, e a gente espera que com isso venha novos planos, novos contratos e que o comercial está atuando forte nesse sentido, e a gente venha a conseguir realmente resultados melhores ao longo do ano. O Morumbi, nesse primeiro mês teve uma receita que nós consideramos relevante e continuamos muito naquele foco nosso de mostrar que somos uma empresa de análises clínicas, uma unidade grande nos modelos que nós temos nas praças de Minas Gerais, focados bastante em análises clínicas com imagem de uma forma complementar ao portfólio.

JOSEPH GIORDANO:

Perfeito. Se eu puder falar com o Alessandro aqui gente, obrigado pelas respostas. Em relação a esse ambiente competitivo, se você não sente que em algum momento, dado que o mercado ainda está bastante fragmentado como você bem mencionou, que para acelerar essa consolidação a gente não começa a ver um acirramento maior entre esses maiores *players*? Principalmente porque nesses projetos novos nesse ambiente você acaba ganhando produtividade ou ganhando margem, então um potencial reinvestimento a respeito desses ganhos que o Camilo comentou, de margem e preço, para acelerar ainda mais essa consolidação? Obrigado.

ALESSANDRO FERREIRA:

Joseph, venho repetindo isso em outras *calls* e a nossa resposta é sempre a mesma, é possível sim a gente reverter parte dos ganhos para a expansão do mercado, isso é uma coisa que não só é possível, mas está mapeado. A grande vantagem que nós temos é que a gente consegue ter essas informações de expansão, de carteira, de posicionamento de *tickets* de concorrentes em tempo real, a gente acompanha isso, e vamos colocar a possibilidade de fazer isso, mas gostamos sempre de lembrar que o posicionamento do Hermes Pardini é de diferenciação, de diferenciação em dois sentidos: De ter um portfólio de exames que a nossa concorrente não tem fazendo dentro de casa, e aí ele precisa de ou comprar isso ou mandar para fora tendo prazos mais alargados e preços menos competitivos, e aí a gente tem escala em especialização, e diferenciação no sentido de tratamento e atendimento do cliente. Esse é o posicionamento do Hermes Pardini. Nós somos e continuaremos sendo um laboratório de alta escala de diferenciação, e qualquer movimento que a gente observe de reposicionamento e a necessidade de reposicionamento de preços e de acelerar crescimento, ou para entrar em determinadas regiões, isso vai ser colocado de uma maneira muito transparente. Isso está mapeado sim, e obrigado pela sua colocação, a gente tem isso muito claro

aqui no Hermes Pardini e vamos ter uma transparência como sempre muito grande para passar isso para os nossos sócios e acionistas.

JOSEPH GIORDANO:

Perfeito, muito obrigado Alessandro.

OPERADORA:

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de retornar as palavras para o Sr. Roberto Santoro, para as considerações finais.

ROBERTO SANTORO:

Gostaria então de agradecer novamente a participação de todos na nossa teleconferência de resultados e lembrar que nossa área de Relacionamento com Investidores está sempre disponível para esclarecer dúvidas que não tenham sido discutidas aqui. Mais uma vez o meu muito obrigado.

OPERADORA:

O *Conference Call* do Instituto Hermes Pardini está encerrado. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.