Teleconferência de Resultados

05 de maio de 2017

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 2017**. Estão presentes hoje o Sr. Roberto Santoro Meirelles, Diretor Presidente, e o Sr. Camilo de Lelis Maciel Silva, Diretor Executivo Administrativo Financeiro e também 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:
Obrigado. Bom dia senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência de resultados do primeiro trimestre de 2017 do Grupo Hermes Pardini. Eu e o Camilo faremos agora a apresentação com base nesse material disponível no nosso site de relações com investidores e depois vamos abrir para perguntas e respostas para todos vocês.

Para a sessão de perguntas e respostas, nossos outros diretores também estão aqui presentes e poderão fornecer também maiores detalhes sobre assuntos questionados mais específicos.

Temos hoje aqui conosco o Alessandro Ferreira, nosso Diretor Vice Presidente Comercial e de Marketing, a Adriana Linhares, nossa Diretora Executiva de Negócios, Guilherme Collares, nosso Diretor Executivo de Operações e Fernando Ramos, nosso Diretor de Relações com Investidores.

Bom, gostaria agora de começar nossa apresentação falando dos principais destaques do segmento ***Lab-to-Lab***, nosso principal negócio, no primeiro trimestre de 2017.

Bom, vamos na página dois do nosso material. Nós podemos ver que a unidade de negócios ***Lab-to-Lab*** continuou apresentando um forte ritmo de crescimento assim como já ocorreu em 2016. Nesse primeiro trimestre executamos cerca de 15,2 milhões de exames, o que representa um crescimento de 26,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esta expansão que ocorreu está associada a dois principais fatores.

Em primeiro lugar, a nossa estratégia comercial vem conseguindo aumentar a base de clientes, como previsto em nosso planejamento estratégico. No primeiro trimestre nós tivemos mais de 4.800 clientes geradores de receita

espalhados por todo país, o que representa um crescimento de 5,5% em relação ao primeiro trimestre de 2016. Utilizando o conceito ainda de clientes ativos, que é aplicado internamente pela área comercial para levantar o número de clientes cadastrados em nossa base, tivemos um incremento líquido de 112 novos clientes no primeiro trimestre.

O segundo ponto muito importante nesse crescimento é que temos conseguido crescer também em *share of wallet* dentro da nossa carteira existente de clientes, como mostrado pelos indicadores *same lab sales,* que atingiu 4,7% no primeiro trimestre, e pela receita média por cliente que apresentou um crescimento de 12,8% ano contra ano. Este desempenho é o resultado de nossa *expertise* no relacionamento que a equipe comercial possui com nossa carteira de clientes e do alto nível de serviço que a cada ano temos conseguido oferecer de forma cada vez mais consistente.

Bem, avançando agora na página 3, podemos notar que o segmento **PSC** apresentou uma evolução de diversos indicadores operacionais e financeiros, apesar do cenário macroeconômico ainda desafiador. Isto ocorreu principalmente por conta da inclusão dos números do laboratório Centro de Medicina Nuclear da Guanabara, localizado no Rio de Janeiro/RJ, que foi adquirido pelo nosso grupo em dezembro de 2016.

Encerramos nesse segmento no trimestre com 5,6 milhões de exames realizados. É um crescimento de 7,4% quando comparado ao primeiro trimestre de 2016. Como a maior parte da receita do laboratório Guanabara vem de exames de imagem, já era de se esperar que o ticket médio e a receita bruta por m² também apresentassem forte evolução. O ticket médio encerrou o trimestre em R$ 25/exame, o que representa um crescimento de 29,1% em relação ao primeiro trimestre de 2016.

Mesmo sem considerarmos os números da Guanabara, o ticket médio subiu 6,1% por conta de repasse de preço junto às operadoras de saúde e também do crescimento da quantidade de exames de imagem, principalmente em Belo Horizonte/MG, notadamente no caso a ressonância magnética.

As nossas unidades de negócio de **PSC** vem apresentando resiliência mesmo em mercados com alta concentração de vidas em poucas operadoras de saúde como, por exemplo, nos mercados principais que é Belo Horizonte/MG e Goiânia/GO e agora o Rio de Janeiro/RJ. Isto fica claro quando avaliamos o *same store sales* que encerrou o trimestre em 7,5%. Ainda em Belo Horizonte/MG, é importante citar que nossa operação vem sendo impactada menos que a média do mercado local quando avaliamos o mercado atual em Belo Horizonte. Principalmente por conta da nossa força de marca e do nível de serviço crescente em nossas lojas. O principal indicador que utilizamos, que é o NPS, ***Net Promoter Score***, foi de 73% no primeiro trimestre, mostrando que as iniciativas envolvidas para melhorar o nível de serviço o mercado tem recebido bem, trazendo mais resultados.

Em linha com nosso plano de expansão orgânica no primeiro trimestre, inauguramos uma nova loja em São Gonçalo/RJ, o segundo município mais populoso do estado do Rio de Janeiro, com mais de um milhão de habitantes. Como pode ser visto na página 4, a nova unidade tem 800 m² de área de atendimento e conta com uma estrutura completa para coleta de exames de análises clínicas, provas funcionais e execução também de exames de imagem de todas as modalidades.

No trimestre, a evolução da receita bruta desta unidade ficou acima das nossas projeções, beneficiada pela aderência das principais operadoras de saúde na região ao nosso plano de expansão, que é demonstrado pelo imediato credenciamento. Então nós fomos muito bem recebidos nesse mercado pelas principais operadoras locais.

A aquisição do laboratório Guanabara, portanto, marca a nossa entrada no Rio de Janeiro, que é o segundo maior mercado de medicina diagnóstica do país.

Passando agora para a página 5, falamos agora dos destaques operacionais. O primeiro trimestre ficou marcado na história da companhia por conta da conclusão do processo de abertura de capital. A oferta pública de ações movimentou mais de 46 milhões de ações ordinárias, equivalentes a aproximadamente R$ 877 milhões, incluindo-se ai a oferta básica e o lote suplementar, também conhecido como *greenshoe*. Na oferta primária, captamos aproximadamente R$ 187 milhões que serão utilizados em vários projetos de expansão da companhia. Além disso, a abertura de capital é mais um passo importante no nosso processo de desenvolvimento da governança

corporativa, pois temos como acionistas mais de 4.000 pessoas físicas e alguns dos maiores e mais respeitados gestores de recursos do Brasil e do mundo que irão nos acompanhar nesse novo ciclo de crescimento e poderão nos ajudar a construir uma empresa ainda mais rentável e mais competitiva ao longo dos próximos anos.

Outro ponto importante é que iniciamos oficialmente o projeto ***Enterprise 2018*** que tem como objetivo de criar um novo patamar de modelo produtivo de análises clínicas, dentro da nossa estratégia de produção centralizada e logística eficiente. Esse novo modelo inovador permitirá aumentar o nível de automação, a capacidade de nossa expansão em análises clínicas, a velocidade de entrega dos resultados, ainda com alto nível de especialização e resultando no novo patamar, ou seja, um patamar mais alto que o atual, principalmente refletido nos nossos clientes, essencialmente o ***Lab-to-Lab***.

No primeiro trimestre já submetemos aos principais fornecedores de diagnósticos *in vitro* e principais empresas mundiais de tecnologia em automação laboratorial, o **RFI**, que é o ***Request For Information***. Nossa expectativa é que os resultados desse projeto também tragam ganhos de eficiência em contrapartida de 2019, sendo que ele vai ser executado em 2018.

Para finalizar, no primeiro trimestre avançamos com a construção do nosso NTO no Rio de Janeiro, que é chamado de Núcleo Técnico Avançado, no Rio de Janeiro. Esta estrutura laboratorial, conforme a foto do slide 5, ela permite internalizar a execução dos exames de análises clínicas captados nas nossas lojas próprias através do Guanabara no Rio de Janeiro e também permitirá aumentar a nossa capacidade da nossa operação ***Lab-to-Lab*** na região, dado que eu posso oferecer exames básicos mais rápidos a clientes locais, além dos especializados já oferecidos na nossa estratégia do ***Lab-to-Lab***.

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

CAMILO DE LELIS:
Obrigado Roberto. Bom dia a todos. Novamente bem-vindos à conferência do Grupo Hermes Pardini. Gostaria agora de apresentar a todos vocês os principais indicadores econômico-financeiros do Grupo Pardini.

Iniciando no slide 6, podemos observar a receita bruta consolidada do grupo cresceu em torno de 27,2% em relação ao primeiro trimestre do ano anterior, e alcançou um montante de 289,1 milhões de reais. Esse resultado foi beneficiado principalmente pelo forte crescimento do volume de exames, níveis favoráveis de imagem e repasse de preço nas duas unidades de negócio, sendo na unidade de **PSC** já contabilizamos 5,8% em 2017 e no ***Lab-to-Lab*** já contabilizamos 5% no primeiro trimestre. Essa política está em linha com o que nós apresentamos em nossas apresentações anteriores.

No segmento ***Lab-to-Lab,*** conforme verificamos no slide 7, nossa receita bruta cresceu 19% no primeiro trimestre, principalmente devido ao aumento do volume dos negócios na ordem 22,5% e nós conseguimos uma redução em função de mix de novos exames e também redução de preços comparado com o trimestre do ano anterior.

Este aumento é devido principalmente ao crescimento do número de clientes, como já foi citado pelo Dr. Roberto e crescimento de exames ao longo dos últimos cinco trimestres. A quantidade de exames no segmento ***Lab-to-Lab*** apresentou um crescimento extraordinário na ordem de 26,3% no primeiro trimestre, quando comparado com o mesmo período de 2016, atingindo 15,2 milhões de exames.

O número de clientes que geraram receita totalizaram 4.847 clientes no trimestre, aumento de 5,5% em relação ao período do ano anterior. O aumento do número de clientes ***Lab-to-Lab*** nos últimos trimestres foi resultado da estratégia comercial de expandir a base de clientes tanto em rotas já existentes quanto através da abertura de rotas comerciais estratégicas, principalmente nas regiões nordeste, sul e centro-oeste.

O *ticket* médio dos exames do ***Lab-to-Lab*** apresentou uma redução de 5,7% quando comparado com o primeiro trimestre do ano anterior, principalmente devido a resultados do número de novos clientes ocorrido ao longo de 2016. Essa redução deve-se principalmente ao *mix* de exames dos novos clientes e a redução de preço como já comentado anteriormente.

A redução do *ticket* médio por exame foi mais do que compensada pelo aumento do volume de exames processados, fazendo com que a receita por cliente apresentasse crescimento na ordem de 12,8% quando comparado com o primeiro trimestre de 2016, passando de R$ 27,9 mil para R$ 31,5 mil por cliente no trimestre.

Indo para a página 8 no segmento **PSC**, a receita bruta foi de R$ 140,5 milhões no trimestre ante R$ 101,3 milhões no mesmo período de 2016, representando um aumento de 38,6%. Excluindo os efeitos do laboratório Guanabara, a receita bruta do segmento **PSC** teria um aumento em torno de 4,8% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

No conceito de *same store sales* a receita bruta apresentou um crescimento de 7,5% no primeiro trimestre de 2017.

A aquisição do laboratório Guanabara no Rio de Janeiro/RJ, com foco exames de imagem, colaborou com o crescimento de 7,4% no volume de exames, 29,1% no ticket médio e a evolução da receita bruta no segmento **PSC**. A aquisição da Guanabara fez com que a receita dos exames de imagem representasse em torno de 50% da receita do **PSC** no período.

Dando sequência ao slide 9, podemos ver que as deduções da receita bruta permaneceram estáveis em torno de 7,5% em ambos os trimestres. Importante destacar que as provisões para glosas cresceram em linha com a da receita bruta no período permanecendo estáveis em torno de 1,2% da receita bruta. Também é importante destacar que a aquisição da Guanabara, como previsto em nosso planejamento estratégico, incrementou a participação da unidade de negócio **PSC** na receita líquida total, passando a representar 47,8%, um aumento de 3,7 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre de 2016.

Na página 10 podemos ver que a margem bruta consolidada atingiu 34,7% no primeiro trimestre, um crescimento de 0,7 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2016. Esse número é beneficiado por ganhos de margem bruta em ambas as unidades de negócio.

No segmento ***Lab-to-Lab***, a expansão da margem bruta está associada ao aumento de volume, ganhos de eficiência operacional e ganhos de eficiência em negociação com fornecedores e maturação de clientes que entraram em nossa base ao longo de 2016. Já no segmento **PSC** o crescimento da margem bruta foi beneficiado principalmente pela consolidação dos números da Guanabara, aumento do volume de exames e, principalmente em Belo Horizonte e Goiânia, pelo fechamento de lojas que apresentaram rentabilidade negativa no decorrer de 2016.

Avançando para a página 11, vemos que as despesas operacionais ficaram estáveis em 15,4% da receita líquida em ambos os trimestres. Mesmo assim acho importante entrar em detalhe nas Despesas Gerais e Administrativas, que apresentaram aumento em torno de 9,5 milhões de reais quando comparado com o mesmo período do ano anterior. Este aumento é devido principalmente pela consolidação das despesas do laboratório Guanabara no primeiro trimestre, em torno de R$ 4,3 milhões. Em segundo lugar, pelo faturamento do custo da mão-de-obra e da expansão de novas áreas de suporte em função do novo cenário após a abertura de capital da companhia. Finalmente, temos algumas despesas relacionadas ainda a consultorias do projeto de aquisição da Guanabara.

No slide 12, na tabela da esquerda, mostra que o resultado financeiro melhorou no primeiro trimestre de 2017. Como adquirimos ao longo de 2016 a participação de acionistas minoritários, teve o principal efeito na redução das nossas despesas financeiras no período. A tabela da direita traz o cálculo das despesas que tivemos do imposto de renda e contribuição social relacionados ao lucro líquido. Apesar da alíquota efetiva estar próxima a 34%, temos trabalhado pesadamente em um projeto de redução da nossa taxa fiscal real. Esperamos que no segundo trimestre de 2016 já podemos começar a amortização do ágio das despesas contidas no cronograma de incorporação.

Vamos falar agora sobre EBITDA e lucro líquido conforme demonstrado no slide 13.

Como consequência da forte evolução da receita e da expansão das margens operacionais, podemos verificar o crescimento do EBITDA em torno de 24,9% em relação ao mesmo período do ano anterior.

A margem EBITDA ajustada foi de 24,1%, em linha com o mesmo período do ano anterior. Como efeitos não recorrentes gerados no primeiro trimestre do ano passado, gostaria nesse momento de entrar em detalhes sobre os principais itens que impactam essa linha no trimestre.

Primeiro tivemos um [...] de ativos imobilizados em relação às unidades que foram fechadas no ano de 2016 em torno de R$ 1,1 milhões. Depois tivemos despesas com incorporação do laboratório Guanabara no valor de 500 mil reais.

O lucro líquido fechou o primeiro trimestre em R$ 31,3 milhões, crescimento de 51% em relação ao período do ano anterior. A margem líquida apresentou expansão de 1,9 ponto percentual, encerrando o trimestre em 11,7% da receita líquida.

Passando agora para os principais dados dos balanços patrimoniais na página 14, podemos ver que o prazo médio de recebimento ficou em 73 dias, o que apresenta uma forte evolução quando comparado com o primeiro trimestre de 2016. Essa variação pode ser explicada principalmente por dois motivos: primeiro, a maior participação do segmento **PSC** na composição da receita bruta, que possui prazo médio de recebimento inferior ao segmento ***Lab-to-Lab***. Segundo, foi a mudança na política de prazos verificado na área comercial do segmento ***Lab-to-Lab***.

Entendemos que a nossa carteira de recebíveis encontra-se extremamente saudável, dado a proximidade de 88,5% dos nossos recebíveis estarem em dia e que já constituímos provisões para a totalidade de recebíveis vencidos há mais de 120 dias.

Passando para o slide 15, podemos ver a composição do nosso endividamento. A companhia possui uma estrutura de capital desalavancada. No trimestre, podemos apresentar uma produção de caixa líquido em torno de 60,7 milhões, principalmente devido à conclusão do processo de emissão primária de ações. Considerando o lote base e o lote suplementar foram emitidas 98,86 milhões de ações ordinárias ao preço de R$ 19,00 cada ação, o que resultou em uma captação de 187 milhões de reais que serão utilizados na aplicação do plano de expansão da companhia, conforme já foi comentado com o Dr. Roberto. Além disso, no trimestre também concluímos o processo de captação de R$ 210 milhões por meio de emissão de debêntures simples, ao custo de CDI + 1,57% ao ano. O prazo total negociado foi de 5 anos com dois anos de carência para pagamento do principal.

Passando agora para o nosso fluxo de caixa, podemos observar no slide 16 que no primeiro trimestre a geração de caixa operacional foi de R$ 8,8 milhões *versus* o consumo de caixa operacional de R$ 24 milhões no mesmo período de 2016. Como resultado de um alto índice de lucratividade e de uma política de capital totalmente saudável o ROIC sem ágio fechou no primeiro trimestre em 30,8%, um dos maiores indicadores do nosso setor de atuação.

Por fim, gostaríamos de informar conforme o slide 17, que na assembleia geral realizada na semana passada, os acionistas aprovaram a distribuição de dividendos de R$ 1,21 por ação, totalizando R$ 158,5 milhões. Apesar do pagamento poder ser realizado em até 70 dias, nossa intenção é de efetuar o pagamento aos acionistas no mês de maio corrente.

Agora gostaríamos de passar para a sessão de perguntas e respostas.

OPERADORA:
Obrigada! Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Caso haja alguma pergunta queiram, por favor, digitar *1.

Lembrando que para fazer perguntas basta digitar *1.

Nossa primeira pergunta vem do Sr. Joseph Giordano, do JP Morgan.

JOSEPH GIORDANO:
Olá, bom dia a todos, bom dia Roberto, bom dia Camilo, tenho algumas perguntinhas aqui do lado do **PSC**. Queria entender um pouquinho mais as tendências para a região bem melhor do que vocês comentaram.

Então a minha primeira pergunta vai do lado de BH. Vocês comentaram que tem um ambiente competitivo e foi de certo modo favorável para vocês, eu queria entender um pouco o que vocês estão vendo do lado de imagem. Vocês comentaram que tiveram uma demanda maior em ressonância então queria entender se deve ser alguma estratégia que vocês adotaram recentemente de adicionar capacidade ou de fato foi fechamento de capacidade da competição. Queria entender como é que estão os [...] em preço nessa negociação com a Unimed/BH.

A minha segunda pergunta vai do lado de São Paulo. Vocês mencionaram que o ambiente está bastante complicado para vocês mas não é que isso que a gente tem visto no competidor. Então eu queria entender aqui o que vocês estão vendo como os maiores desafios nessa operação e qual é a estratégia já daqui para frente.

Já entrando na terceira pergunta, para onde a gente deve olhar no plano de expansão. Antigamente vocês falavam que ia ser alguma coisa entre Rio e São Paulo dado que Rio já está indo muito melhor que São Paulo seria de se esperar que tivesse alguma troca de estratégia focando mais em Rio, menos em São Paulo.

Obrigado!

ROBERTO SANTORO:
Bom Giordano, obrigado pela pergunta. A Adriana diretora de negócios também está aqui conosco para nos ajudar.

Bom, com relação a Belo Horizonte, sua primeira pergunta realmente nós não adicionamos capacidade e, sim, melhoramos nosso nível de atendimento com algumas mudanças processuais em processo de atendimento além de questões de hotelaria e hospitalidade. Então, basicamente nas mesmas unidades e principalmente nas grandes unidades geradoras, que são as unidades maduras, maiores unidades, nós adquirimos uma maior capacidade dado a sua localização através de algumas mudanças processuais. Entramos também no programa refletido ai no NPS de 73% justamente de ter uma maior intimidade com o cliente e para que ele possa vir dentro desse ambiente também mais competitivo de menor crescimento do nosso mercado. Houve, claro, também uma certa retração de alguns competidores. Alguns realmente fecharam algumas unidades e usaram os ativos em menor número de unidades e outros recolheram a operação devido a toda a crise no mercado de Belo Horizonte, que é conhecida por todos. Então tem um cenário mais favorável à nossa melhoria de nosso atendimento. Nós apostamos em não fechar unidades e ainda melhorar nosso nível de atendimento dentro de um processo mais rápido e de melhor hospitalidade para o cliente, que é refletido nessa mudança que nós fizemos, nas mesmas unidades.

Em relação a São Paulo, fique à vontade Adriana para nos ajudar. Em relação a São Paulo lembrar que somos uma empresa em mudança. Ano passado nós mudamos a marca, que já é um desafio muito grande, principalmente para ser mais conhecido como porta, reconhecido pelos médicos de São Paulo, e ter um bom relacionamento, demonstrar o nosso bom custo benefício, nossos atributos de atendimento para as principais operadoras de São Paulo, principalmente as seguradoras, isto é um objetivo. Tem todo um *turn-around* pela introdução de um novo nicho de atendimento, novo sistema de atendimento que permite a gente introduzir todo um portfolio completo de análises clínicas, semelhante ao que temos em Belo Horizonte e em Goiânia, então isto já foi feito ano passado. É claro, foram várias transformações e que nós estamos introduzindo aos poucos, vamos amadurecer isto até o final do ano, ou seja, eu vou ter em São Paulo o mesmo nível de atendimento que eu tenho em Belo Horizonte, todos os atributos do cliente eu terei em São Paulo. Então ainda demanda um certo tempo, que é natural numa mudança de marca e mudança de uma empresa só dedicada a imagem e que agora vai ser uma empresa plena, completa, de análises clínicas principalmente.

Em relação a nossa expansão, houve alguma mudança? Sim. Nós vamos abrir apenas uma unidade em São Paulo, que ai é o nosso modelo, modelo Pardini, não é um modelo herdado em São Paulo, é um nosso modelo maduro, já existente em Belo Horizonte e em Goiânia também, que é uma unidade na região de Vila Andrade, Morumbi, em torno de 1.500m², focado a grande volume de análises clínicas e mais a imagem como conveniência, com ressonância e toda área de imagem associada à saúde da mulher. Nós íamos abrir duas unidades e preferimos abrir apenas uma justamente para entender melhor o mercado, para ter mais tempo para essa transferência de *know-how* dos atributos de atendimento ao cliente para o mercado de São Paulo. O que mudou foi isso. Vou abrir apenas uma unidade esse ano. No Rio de Janeiro, já abrimos uma unidade, que é citada na apresentação, que é a São Gonçalo, vamos abrir mais uma unidade esse ano, mas ainda sim como lá tem toda uma questão de mudança também de portfolio para permitir atendimento amplo de análises clínicas que nós estamos capacitando as

unidades já existentes e já temos um crescimento muito grande. Tenho um mercado em potencial já inserido, clientes aguardando, operadoras de saúde aguardando, não só a conclusão do Núcleo Técnico Avançado, que vai permitir atendimento mais rápido de análises clínicas, mas também a nossa capacidade de atender esse novo público não só de imagem. Praticamente 90% é imagem nessa companhia.

ADRIANA LINHARES:
[INAUDÍVEL]

ROBERTO SANTORO:
Como a Adriana está citando nós vamos focar na expansão das lojas já existentes, ou seja, mudando o layout, mudar a estrutura de atendimento, processo de atendimento e eu diria assim que são unidades que serão mais abertas para atender um volume maior principalmente de análises clínicas, que é o nosso foco principal no Rio de Janeiro. Claro, continuamos crescendo na área de imagem que é uma empresa já extremamente saturada na área de imagem e tem grandes benefícios e também retornos relacionados à ocupação principalmente de ressonância e cintilografia, na área de medicina nuclear.

Quer acrescentar alguma coisa, Adriana?

CAMILO DE LELIS:
É o Camilo. Nós também queríamos informar que já encerramos nosso processo de integração com a aquisição do Rio de Janeiro. Tanto na parte de atendimento como na parte de *back office* já está totalmente incluído, totalmente integrada.

JOSEPH GIORDANO:
OK, muito obrigado gente!

OPERADORA:
Nossa próxima pergunta vem do senhor Roberto Otero, do Bank of America.

ROBERTO OTERO:
Bom dia pessoal, obrigado pelas perguntas. Duas aqui do nosso lado. A primeira no preço do ***Lab-to-Lab,*** a gente viu um ticket médio caindo na casa dos 6%, então dada uma maturação da base de clientes de vocês e também eventuais negociações de preço em andamento a gente queria saber como vocês estão vendo essa curva de ticket médio ao longo do ano e a segunda pergunta vocês mencionaram que já iniciaram o projeto ***Enterprise*** para 2018 então se vocês pudessem ajudar a gente a quantificar um pouco a expectativa de impacto que vocês estão estimando vindo da implementação deste projeto. É basicamente isso. Obrigado pessoal!

CAMILO LELIS:
Roberto Otero, é o Camilo, bom dia! Com relação à redução de preço do ***Lab-to-Lab***, quando você compara com o mesmo período do ano anterior, a redução é em torno de 5,7%, que realmente houve uma redução de preço em torno de 3,5% e o restante é realmente a diferença de *mix* com a entrada de novos clientes. Se o Alessandro quiser complementar com algum comentário.

ALESSANDRO FERREIRA:
Perfeito. O que a gente está pretendendo e visualizando já agora daqui pra frente, a gente já teve no mês de março um início de retomada desse índice de preços devido ao reajuste que já foi repassado para toda a base de clientes no Brasil inteiro, lembrando que estes reajustes são customizados e ligados às margens geradas por cada cliente e a gente pretende permanecer com essa política ao longo do ano. Lembrando sempre que a estratégia do ***Lab-to-Lab,*** como a [...] e a decisão diária, a gente está sempre monitorando os movimentos do mercado, monitorando os movimentos dos concorrentes e adaptando tanto os *mixs* quanto as políticas de precificação a esses movimentos. Então é um processo bem dinâmico. Esse é o nosso objetivo, a gente já viu a retomada de preço pra cima acontecendo agora já no mês de março e é o que a gente pretende, a gente tem a intenção de permanecer ao longo de 2017.

GUILHERME COLLARES:
Bom, é o Guilherme Collares falando, com relação ao projeto ***Enterprise***, a gente já fez a etapa de **RFI**, que é pegar exatamente as informações, os principais fornecedores de automação laboratorial a respeito das novas tecnologias, novos equipamentos e agora a gente vai realmente até o final desse mês abrir a **RFP**, que é a ***Request for Proposal***, e ai sim abrir o espaço para a concorrência poder levantar as soluções e os valores relacionados a essas soluções. A expectativa, primeiramente, é de melhorar ainda mais o nível de serviço, aumentando a automação, reduzindo o tempo de espera dos resultados dentro da produção do Pardini e um controle ainda mais forte de todas as etapas do processo produtivo. É claro que há expectativa na redução do custo de material, dado que nós temos hoje um volume a negociar que é mais do que o dobro da última negociação a cinco anos atrás. E lembrando que os nossos reagentes representam, quanto você pega o custo da produção, representam em torno de 50% dos nossos custos, tirando todo o custo logístico, todo o custo das unidades e ficando só o custo da produção, aproximadamente 50% dos nossos custos é reagente. Então espera-se, sim, uma redução importante do custo operacional para 2019.

OPERADORA
Nossa próxima pergunta vem do sr. Marco Calvi, do Itaú BBA.

THIAGO MACRUZ
Oi pessoal aqui é o Thiago Macruz, na verdade. Eu tenho duas perguntas. A primeira delas com relação ao G&A, vocês mencionaram que o G&A subiu um pouco ano contra ano principalmente em função da Guanabara. Queria entender se isto não poderia virar sinergia ao longo dos próximos trimestres, se este poderia ser o objetivo de vocês para os próximos trimestres. E talvez, ainda nessa linha, agora falando de custo, a gente vê que o custo de pessoal até piorou ano contra ano, até foi compensado pelo material em outras linhas, mas o que eu queria entender de vocês é se está associado também a Guanabara e se é possível imaginar, dado o crescimento do ***Lab-to-Lab*** bem acima da inflação, que pode haver uma diminuição dessa linha também nos próximos trimestres. São as minhas duas perguntas pessoal, muito obrigado!

CAMILO DE LELIS:
Thiago, é o Camilo. Com relação ao Guanabara, como já comentei com vocês já, nós encerramos agora o nosso processo de integração, e agora pra frente será o nosso plano de 100 dias que será o processo de redução e implementação de sinergia. Espera-se com esse novo plano uma redução dos custos de SG&A e outros custos no fenômeno Guanabara. Com relação à questão da mão-de-obra, existe uma comparação de períodos quando você tem ai um processo de repasse de inflação todo ano do nosso acordo sindical. Esse efeito ano passado foi em torno de 7%, isto vem refletindo no nosso custo de mão-de-obra. Além desses custos, como já comentei também, nós tivemos a introdução de novas áreas em função da nossa [...]. Criamos uma área de M&A internamente, temos já uma área de RI, e isto afetou um pouco também o aumento dos custos. Obviamente nós temos buscado internamente sempre um processo de eficiência principalmente na área de *back office* e este processo ele tem uma continuidade permanente e a nossa intenção é sempre que esse custo possa ser reduzido.

THIAGO MACRUZ:
Obrigado Camilo, obrigado pelas respostas!

OPERADORA:
Nossa próxima pergunta vem do sr. Sérgio Oba, da Empiricus.

SÉRGIO OBA:
Bom dia pessoal, parabéns pelos resultados. Na verdade puxando um pouquinho mais para o Rio de Janeiro, queria que vocês dessem uma cor para mim, da onde está vindo mais esse tráfego, qual a qualidade desse tráfego na verdade, qual que é o nível de glosa, se tiveram atividade com relação a isto e adicionalmente qual é a percepção da comunidade médica na controladora Guanabara. Obrigado.

ROBERTO SANTORO:
Sérgio, por gentileza, não ficou muito clara a pergunta, não é o seu texto, mas a voz teve algum problema, você poderia repetir? Nós não entendemos....

SÉRGIO OBA:
Está meio ruim a ligação, também estou ouvindo meio mal vocês, mas com relação ao Rio de Janeiro se vocês puderem dar uma cor com relação ao tráfego, qual é o nível de glosa, qual a qualidade dos pagadores que estão gerando esse fluxo e também em relação a percepção da comunidade médica na Guanabara. Obrigado.

ROBERTO SANTORO:
Pelo que eu entendi a primeira é dar uma cor sobre o índice de glosas, fontes pagadoras...

CAMILO DE LELIS:
Sérgio, com relação às fontes pagadoras, nós estamos fazendo um trabalho juntamente com todos os clientes no Rio de Janeiro, hoje nós temos feito uma negociação com aqueles clientes que estão tendo uma inadimplência maior. O nosso sucesso está sendo total, nos últimos anos, nos últimos meses, nós temos tentando negociar com as principais fontes pagadoras que estão em atraso e está sendo cumprido o acordo que estamos fazendo. O índice de inadimplência, nós não chamamos de inadimplência mas nós chamamos de o acordo que foi feito, nós temos ai um índice de inadimplência de 60 dias mais ou menos, do total de 10% da receita, 60 dias estão em atraso.

ROBERTO SANTORO:
Em relação à reputação médica, o Centro de Medicina Nuclear Guanabara, ela atende um alto volume de clientes, principalmente em regiões classe B-, C, D, enfim, ela tem um posicionamento diferente do posicionamento do Pardini nas principais praças em que atua. Nós estamos fazendo agora as mudanças, fazendo inclusive alterações na gestão de corpo clínico, e ainda não tivemos esse trabalho de medir a reputação médica dessa marca. Então é claro que tem grande volume, grande crescimento esse ano, uma empresa que tem surpreendido a gente mas precisa de mais estudos. Primeiro estabilizar a operação, estabilizar corpo clínico, e pra gente poder fazer uma medição da reputação da marca. É claro que antes da aquisição a gente fez algumas amostragens, eu diria que é uma marca neutra, sem, a princípio, sem rejeição na região onde atua, mas precisa de mais estudos para que a gente possa entender sobre a reputação. O Alessandro quer complementar.

ALESSANDRO FERREIRA:
Sérgio, bom dia. Existe uma observação que é importante ser feita com relação à reputação médica, nos nossos estudos anteriores à aquisição Guanabara foi percebido e trazido a informação que a marca Hermes Pardini na assinatura do Guanabara traria ganhos no relacionamento com o médico prescritor da comunidade, nas regiões do Rio de Janeiro. Não só onde o Guanabara atua, mas em outras regiões. Isto foi comprovado com alguns encontros, algumas entrevistas diretas, mas, principalmente, nos nossos contatos com as principais operadoras de saúde do Rio de Janeiro. Então o que o Dr. Roberto colocou, a já da reputação Guanabara é fato, mas a gente tem percebido uma melhora de relacionamento com o médico prescritor já agora com essa associação direta com a marca Hermes Pardini. Obrigado.

SÉRGIO OBA:
Obrigado pessoal.

OPERADORA:
Lembrando que para fazer perguntas basta digitar *1.

Mais uma vez, para fazer perguntas basta digitar *1.

Encerramos nesse momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de retornar as palavras para o sr. Roberto Santoro para as suas considerações finais.

ROBERTO SANTORO:
Gostaria de agradecer novamente a participação de todos em nossa teleconferência de resultados e lembrar que nossa área de relacionamento com investidores está aqui sempre disponível para esclarecer dúvidas que não tenham sido discutidas aqui nesse momento. Continuaremos trabalhando para manter o Grupo Pardini entre as empresas mais rentáveis e sólidas nesse mercado, honrando nossos compromissos corporativos com ética, responsabilidade e, acima de tudo, rigor técnico, reforçando sempre os nossos pilares da nossa marca, que é Medicina, Saúde e Bem-estar. Então agradeço a todos e o meu muito obrigado.