

## Teleconferência de Resultados

**19 de maio de 2020**

### 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 2020. Estão presentes hoje o Sr. Roberto Santoro (Diretor Presidente), o Sr. Camilo de Lelis (Diretor Executivo de Finanças e Relações com Investidores) e o Sr. Matheus Torga (Gerente Executivo de Relações com Investidores e M&A).

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](http://www.hermespardini.com.br/ri). Neste endereço, pode ser encontrada a respectiva apresentação para download, que pode ser acessada na seção “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 2020 do Grupo Pardini. Camilo, Matheus e eu faremos a apresentação e, logo depois, vamos abrir a sessão de perguntas e respostas. Devido às medidas preventivas, estamos todos participando dessa conferência de maneira remota, motivo pelo qual antecipo desculpas em caso de quaisquer problemas técnicos que por ventura possamos vir a ter. Temos hoje aqui conosco:

- Adriana Linhares, Diretora Executiva de Negócios;
- Alessandro Ferreira, Diretor Vice-Presidente Comercial e de Marketing;
- Fernando Ramos, Diretor do Negócio Lab-to-Lab;
- Guilherme Collares, Diretor Executivo de Operações; e
- João Alvarenga, Diretor de TI.

Gostaria de começar destacando que iniciamos o ano de 2020 com a Companhia em seu melhor momento operacional e tecnológico. Portanto, preparada para entregar mais um ciclo de crescimento. Nos últimos 2 anos, investimos esforços em projetos relevantes, tais como, o Enterprise - maior projeto de automação laboratorial do mundo, o MyPardini – portal de relacionamento com o cliente Lab-to-Lab, o qual foi modernizado e totalmente reformulado e o Excelência Operacional – aumento da eficiência da estrutura de back office.

Em linha com o planejamento estratégico apresentado no Pardini Investor Day 2019, a Companhia já começou a entregar aos seus clientes parte dos benefícios e serviços oferecidos pelos projetos implementados ao longo desse período. Como evidência, reportamos até a 1ª quinzena de março, um crescimento orgânico de 9,3% no volume do segmento de Apoio, e conseguimos entregar no consolidado do trimestre um crescimento de 1% no volume, a despeito do forte impacto sofrido durante os últimos 15 dias do trimestre.

Após o mês de fevereiro, conforme é de conhecimento amplo, fomos acometidos pela pandemia do novo Coronavírus (COVID-19) afetando substancialmente o planejamento de todas as empresas dos mais variados segmentos. No entanto, como vocês podem ver nos slides 2 e 3, aceleramos a implementação de diversas ações como forma de mitigar os impactos bem como gerar novas fontes de receitas para a Companhia.

Ainda no slide 2, expandimos por exemplo, o atendimento domiciliar – Pardini Digital Pra Você – para as praças de São Paulo e Rio de Janeiro, que já apresentam crescimento significativo a partir de março. Além disso, ampliamos substancialmente o atendimento a hospitais e o número de laboratórios atendidos no modelo de Apoio Total. Para tanto, mantivemos praticamente todas as nossas rotas com a frequência original, o que somente foi possível através da implementação do nosso novo modelo logístico, o JetLab.

No próximo slide, gostaria de destacar os 13 principais projetos e ações adotadas pela Companhia, como parte do plano de ação elaborado para enfrentamento da crise, além das ações já aprovadas no âmbito do planejamento estratégico 2020, e divulgado no Pardini Investor Day.

Como efeito, já verificamos uma recuperação significativa na receita Consolidada da Companhia a partir do 2º trimestre. Especificamente sobre o desempenho operacional do 2º trimestre, o Camilo irá abordar mais à frente.

Indo para o slide 4, destaco o início da produção do exame RT-PCR para COVID-19, com capacidade diária de até 2,5 mil testes, podendo evoluir de acordo com as validações técnicas para 5 mil testes/dia na próxima semana, e potencial futuro de até 9 mil testes/dia. Oferecemos também, outros testes, tais como sorologia IgA e IgG, sorologia IgM e IgG e o teste rápido sorológico IgM e IgG. Continuamos empenhados e monitorando diuturnamente os desdobramentos da pandemia, adotando medidas que possam garantir a posição de liquidez da Companhia, geração de novas receitas e readequação dos custos fixos. Para tanto, reforçamos o caixa da Companhia com captação de recursos financeiros que montam R\$200 milhões, revisamos os investimentos a serem realizados (CAPEX) bem como iniciamos tratativas de renegociações contratuais.

Durante o mês de abril, suspendemos as atividades de 50 unidades de atendimento, redirecionando parte dos colaboradores para outras atividades, tal como o atendimento domiciliar. Já no mês de maio, todas as unidades retomaram as atividades, porém com horário restrito de funcionamento. Todos os colaboradores são instruídos e contam com apoio diário em relação às prevenções que devem ser tomadas nesse momento. As unidades estão preparadas, com fornecimento de EPI, adequação de fluxo de clientes, triagem dentre outras medidas. Estabelecemos um plano de trabalho remoto, bem como estabelecemos a antecipação de férias e feriados, redução de jornada e revisão da estrutura. Mantemos um canal de comunicação ativo, com envio de notícias, treinamentos, atualizações, instruções diárias formuladas por um comitê exclusivo, visando sempre a transparência e valorização dos nossos profissionais.

No slide 5, gostaria de destacar outros 2 pontos operacionais relevantes do 1T20.

Em primeiro lugar, resalto que nossa área de P&D desenvolveu, em fevereiro deste ano, o teste de detecção do COVID-19, podendo alcançar um TAT de até 24hrs. Estamos oferecendo o teste para ambos os canais de coleta, L2L e PSC além de vários hospitais no Brasil.

O 2º ponto refere-se ao Fato Relevante divulgado no dia 14 de abril de 2020, onde informamos a conclusão do Projeto Enterprise, que é um marco na história da Medicina Diagnóstica brasileira. Durante 2 anos de execução do projeto, as plataformas tecnológicas foram atualizadas, o fluxo de produção foi redesenhado, desenvolvimentos customizados foram realizados para a Companhia e as condições comerciais foram redefinidas. Tenho tranquilidade em dizer que temos hoje, uma das maiores plataformas de automação laboratorial do mundo, cujos benefícios já começaram a ser capturados pela Companhia e seus clientes em 2019 e se estenderão durante o ano de 2020. Destaco ainda, que não se trata apenas de um projeto de redução de custos e prazos, mas uma inovação tecnológica que nos propiciará uma nova forma de fazer medicina diagnóstica, desenvolvendo novos produtos e serviços.

Por fim e não menos importante, no slide 6, precisamos lembrar da transformação digital pela qual estamos passando. Este projeto iniciado em 2018, é de extrema importância para atendermos as novas demandas dos clientes especialmente neste momento. No mês de março lançamos uma nova plataforma digital para

adequação da nossa operação à nova realidade que estamos vivendo. Nesta plataforma privilegamos o atendimento a domicílio, com serviços importantes para a população, tais como:

- Agendamento domiciliar para coleta de testes COVID
- Agendamento para atendimento drive thru
- Agendamento domiciliar para aplicação de vacinas
- Tele consulta com médicos especialistas
- Chat Bot para tirar dúvidas sobre COVID

Estes serviços podem ser acessados através do endereço: [EXAME.EM.CASA.COM.BR](http://EXAME.EM.CASA.COM.BR)

Nossa intenção continua sendo uma melhoria contínua nesta jornada, visto que o advento COVID apenas corrobora a necessidade de traçarmos um caminho com foco em boas experiências digitais e da cultura de dados dentro da companhia.

Nosso portal de relacionamento L2L, denominado MyPardini, recebe semanalmente novas funcionalidades, melhorando o nosso relacionamento e comunicação com os laboratórios conveniados.

Para o PSC, aprimoramos a plataforma já existente, lançaremos neste mês, um novo APP com uma maneira inovadora para nosso cliente visualizar o seu laudo via Realidade Aumentada.

Nossos esforços em Inteligência Artificial e Analytics continuam em andamento, com iniciativas que vão desde melhorias internas de processos e custos, testes reflexos utilizando algoritmos e a inteligência de nossa plataforma Enterprise, até estudo de diagnósticos COVID através de exames de imagem (parceria inédita no Brasil com a Google), hemograma e outros recursos em estudo.

Antes de concluir, gostaria de lembrar aos senhores que, o nosso modelo de negócios nos proporciona resiliência em momentos como este que estamos vivendo. Atuamos através de 2 canais de coleta, o L2L e o PSC, onde oferecemos mais de 8 mil exames. Temos larga presença e dispersão geográfica através do L2L, alcançando cerca de 2 mil cidades e 6 mil laboratórios, e no PSC atendemos cerca de 350 mil pacientes por mês em nossas 125 unidades localizadas em 4 Estados diferentes. E, em breve, teremos mais uma unidade de atendimento no Bairro Itaim na cidade de São Paulo.

Temos convicção de que, passado este momento de incertezas e aprendizados, o Grupo Hermes Pardini continuará mantendo sua posição de liderança, prezando pela medicina diagnóstica de excelência, e sairá ainda mais preparado para levar o que há de melhor em medicina diagnóstica para quem precisa, e onde estiver.

Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. Matheus Torga, nosso Gerente Executivo de Relações com Investidores e M&A, que vai falar sobre os detalhes dos resultados financeiros. Muito obrigado.

## **MATHEUS TORGA:**

Obrigado Roberto e bom dia a todos.

Nos próximos slides, vamos apresentar os aspectos relevantes que impactaram o nosso desempenho financeiro no 1T20, lembrando que, os números a seguir serão apresentados com o efeito do IFRS 16.

Conforme vocês podem observar no slide 9, a receita bruta atingiu R\$331,3 milhões no 1T20, apresentando uma redução de 8,3% quando comparado ao 1T19. Importante ressaltar que a volumetria do Lab-to-Lab até a primeira quinzena de março de 2020, quando ainda não havia sofrido os efeitos da pandemia do COVID-19, apresentou crescimento orgânico de 9,3%. Isso comprova a eficácia das estratégias e melhorias implementadas pela Companhia, o que proporcionou a aquisição de 111 novos clientes no período, aumento de share of wallet e recorde de volume de exames para o período.

Analisando o resultado do PSC, vale lembrar que além do efeito do COVID-19 tivemos o impacto das fortes chuvas no início do ano na praça de Minas Gerais (onde concentramos a grande maioria das unidades de atendimento) e em São Paulo. Em seguida, tivemos o período do carnaval no mês de fevereiro, sem que pudéssemos recuperar o atendimento ainda no mês de março, o que historicamente é o mês mais forte do trimestre.

Já em relação ao ticket médio, além das razões mercadológica já amplamente debatidas no ano de 2019, tivemos um efeito secundário, referente à Toxicologia Pardini, que registrou uma queda de 18,1% comparado ao 1T19. Lembro que, iniciamos em 2020 a nacionalização da produção dos exames forenses e ocupacionais o que já trouxe aumento substancial na rentabilidade desse produto nos tornando ainda mais competitivos.

Indo para o slide 10, o lucro bruto no 1T20 totalizou R\$76,6 milhões, atingindo uma margem bruta de 24,8%. Conforme explicado anteriormente, a redução da margem bruta foi resultado principalmente da queda no ticket médio do L2L no trimestre, queda de volume do L2L na segunda quinzena de março e redução do volume de pacientes atendidos nas unidades no mesmo período. Este último por sua vez, em razão da estrutura de custos, impacta de maneira relevante o lucro bruto. Como resultado do Projeto de Excelência Empresarial a Companhia manteve praticamente estável o patamar das despesas com vendas, gerais e administrativas do 1T20. Por fim, o EBITDA totalizou R\$50,5 milhões no trimestre, com margem EBITDA de 16,4%

Como efeito, reportamos um lucro líquido de R\$15,8 milhões no 1T20 e margem líquida de 5,1%. O ROIC sem ágio da Companhia foi de 31,9% no 1T20, o que representou um spread entre o ROIC sem ágio e o custo da dívida de 29 pontos percentuais

Finalmente no slide 13, continuamos com uma alavancagem extremamente confortável no patamar de 0,8x dívida líquida / EBITDA LTM, além do alongado prazo de pagamento.

Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. Camilo de Lelis, nosso CFO, que vai falar das recentes medidas adotadas pela Companhia em razão da pandemia COVID-19 e seus resultados.

## **CAMILO DE LELIS:**

Obrigado Matheus e bom dia a todos.

Neste momento, de grandes incertezas, mais do que nunca, o fundamental é realizar de forma eficiente e ágil medidas protetivas que ajudem a Companhia a atravessar a crise e a recuperar os resultados esperados. Estamos desde o início da crise atentos aos principais fatores de competitividade da Companhia:

- Liquidez
- Rentabilidade
- Flexibilização

Com isso em mente, conseguimos definir rapidamente um plano, chamado Covid-19, com vários cenários onde pudesse retratar todos os impactos proveniente da pandemia e que afetou de forma significativa todos os negócios ao redor do mundo, e de forma acentuada os negócios de medicina diagnóstica aproximadamente 50% nas vendas de PSC e L2L.

Rapidamente, conseguimos fechar unidades, implementar férias coletivas e colocar 100% do nosso back office ao trabalho home office.

Concomitantemente executamos um plano de ações Covid-19, com as seguintes propostas:

### Eixo 1:

- Captação de recursos de R\$200mm.
- Prorrogação dos pagamentos de JCP e Dividendos
- Redução do CAPEX 2020.
- Renegociações de contratos de serviços e materiais

### Eixo 2:

- Novas receitas
  - Receitas a domicilio
  - Testes rápidos Covid-19
  - Exames Covid-19 para Apoio

### Eixo 3:

- Redução imediata dos custos variáveis e dos níveis de estoque de matérias
- Redução dos custos fixos, renegociações de todos os contratos de alugueis, manutenção e contratos de prestações de serviços não essenciais.

- Adequação da mão de obra, com férias coletivas, antecipação de feriados, redução de jornada e salários, suspensão de contrato e redução pontual de headcount de acordo as avaliações de cada área.

No slide 15, destaco por exemplo no eixo 1, a captação de recursos que fizemos no montante de R\$ 200 milhões bem como a postergação do pagamento de dividendos e JCP. No eixo 2, as novas fontes de receita já são uma realidade, conforme comentado pelo Dr. Roberto. E no eixo 3, destaco o sucesso que tivemos nas renegociações contratuais com os principais fornecedores, bem como medidas de adequação da mão de obra. O resultado dessas ações poderá ser verificado a partir do 2T20.

No slide 16, gostaria de destacar que a partir da 2ª semana de abril observamos a recuperação da receita em ambos os canais de coleta. Até o início deste mês, já havíamos planejado e executado 100% das ações propostas para novas receitas. Com isso, atingimos 78% do nosso faturamento médio histórico.

Além de medidas internas visando a continuidade e sustentabilidade da Companhia, buscamos também contribuir para a saúde financeira dos nossos clientes. Como exemplo, firmamos parceria com o Banco BDMG – BDMG Solidário Hermes Pardini que possibilita o acesso dos laboratórios de todo o estado de Minas Gerais a um atendimento diferenciado e regionalizado por meio do FIEMG, tornando o processo de concessão de crédito para capital de giro mais simples e ágil.

Precisamos contribuir com todos os nossos stakeholders, para que possamos sair ainda mais fortes dessa crise.

Obrigado pela atenção e podemos passar para a sessão de perguntas e respostas.

## **OPERADORA**

Com licença, iniciaremos agora a seção de perguntas e respostas. Caso haja alguma pergunta por favor digitem \*1. Se sua pergunta for respondida você pode sair da fila digitando \*2.

Nossa primeira pergunta vem do senhor Fred Mendes, Bradesco BBI.

## **FRED MENDES – BRADESCO BBI**

Bom dia a todos, obrigado pelo *Call*, eu tenho 2 perguntas. Espero que vocês estejam bem em casa.

A primeira pergunta é mais na parte estratégica, de ganho de *Market-share* no L2L, vocês falam do ganho de número de clientes, mas eu queria entender como essa redução do ticket médio também vem ajudando vocês a ganharem *Market-share* do mesmo cliente, até na parte do suporte total. O quanto que isso vem ajudando vocês a ganharem esse *Market-share* do mesmo cliente? E nessa mesma linha, eu queria entender se vocês vêm ganhando esse *Market-share* de outros players? Ou se, na realidade, é um processo de as clinicas fazerem de uma maneira interna e agora acabam terceirizando esse processo para vocês? Só para gente tentar entender o potencial dessa estratégia e do business, obrigado.

## **FERNANDO RAMOS**

Fred, bom dia aqui quem fala é o Fernando, espero que você e toda sua família estejam bem.

Realmente, a gente viu no primeiro trimestre um incremento na quantidade de clientes no canal L2L. Isso naturalmente, como você bem colocou, você viu o impacto no ticket, quando a gente olha o que aconteceu no primeiro trimestre, até por conta da situação da pandemia, a gente viu um incremento bem relevante na quantidade de clientes que aderiram ao modelo de apoio total. Ou seja, aquele modelo em que o cliente trás para nós um mix de exames que anteriormente ele poderia até produzir por conta própria, e passa a terceirizar conosco. Então, uma parte dessa queda de ticket é atribuída ao crescimento de volume em exames com um menor grau de especialização. E então, ao longo do mês de abril, mesmo com todas as dificuldades que observamos do mercado, adotamos uma ação comercial para estimular o apoio total dentro da nossa base de clientes L2L, que acabou tendo bastante sucesso, principalmente na segunda quinzena do mês de março e no mês de abril.

Reportamos internamente mais de 800 (oitocentas) negociações de apoio total que aconteceram em algum grau aqui dentro do grupo. Isso mostra o acerto da estratégia comercial e aderência que os clientes tiveram a essa proposta em um momento de crise, em que se há possibilidade de converter custos fixos em custos variáveis, ou até por uma questão de working-capital, dado que o working-capital do apoio é bem atrativo.

## **ALESSANDRO FERREIRA**

Alessandro falando. Em complemento a fala do Fernando, primeiro desejo que esteja tudo bem com você e também com sua família.

Como o Camilo colocou, desde fevereiro nós começamos a oferecer e desenvolver internamente o teste de PCR pra Covid-19, Sars-Cov-2, e isso vem nos ajudando a ganhar clientes dentro de outros players, pois identificamos que essa era uma estratégia que os outros players não estavam seguindo. Temos um player muito focado no atendimento de PSC e um outro player que não tem tanta disponibilidade de testes moleculares. Em relação ao teste de molecular para Covid-19, o Pardini se não for o principal é um dos principais players em volume desse teste no Brasil. Para você ter uma ideia, eu tenho um dado fechado: até o dia 3 de maio nós fomos responsáveis por cerca de 20% da identificação dos casos positivos no Brasil todo. Em alguns estados como Goiás e Minas Gerais nós identificamos 40% de todos os casos positivos e, obviamente, aqui em Minas até um percentual maior pela nossa dominância no estado. Mas mesmo em estados onde nós temos uma concorrência maior, como São Paulo e Rio de Janeiro, nós identificamos acima de 20% dos casos positivos. Apresentamos uma relevância muito grande nesse período de pandemia. E agora, com o surgimento dos testes sorológicos, também oferecendo em larga escala estamos favorecendo bastante no crescimento, não só do Apoio Total e isso é colocado obviamente em negociação, mas também nessa questão de entrar em base dos concorrentes.

Mas é importante Fred, a gente tentar entender que esses testes do Coronavírus, não são testes para esse momento apenas, não só o Pardini, mas várias entidades médicas mundiais e brasileiras também. Mesmo com a redução da crise, os testes de Coronavírus passam a fazer parte do trial medico no Brasil todo durante muito tempo. Vamos o ano inteiro e o ano que vem também, fazer esses testes, acho que para qualquer fase de crise respiratória agora é praticamente obrigatório os testes. Então para as empresas que tem esse potencial tecnológico, mas que também podem fazer esse potencial tecnológico em larga escala, como é o nosso caso, abriu uma frente bem interessante, não só que ajuda na recuperação mais também que ajuda na manutenção das receitas e das margens.

## **ROBERTO SANTORO**

Fred, queria complementar. Aqui é o Roberto, bom dia, espero que você esteja bem e sua família também. No grupo Pardini, nos mantivemos, conforme a primeira fala, toda nossa operação de L2L, mantivemos as rotas, o recolhimento, o acesso ao cliente. No meio da crise nós tivemos o maior nível operacional dado a relevância do projeto Enterprise. Em termos de velocidade, é o melhor momento operacional. Também com as novas funcionalidades do My Pardini, enfim, é um conjunto de fatores. E ainda, a proposta do Jetlab, que é uma nova forma de gerir a nossa logística. Nós mantivemos totalmente o recebimento de amostras, principalmente em laboratórios que atingem hospitais, nós chegamos a atender mais 500 hospitais no Brasil que possuem laboratórios conveniados ao grupo. O Camilo quer fazer só um acréscimo.

## **CAMILO DE LELIS**

Fred, bom dia, obrigado pela pergunta. Só sendo bastante alinhado com sua pergunta, o nível de preços de 31/12/2019 para 31/03/2020 (o primeiro trimestre), se mantiveram os mesmos no L2L. Apesar de termos um ticket consolidado de valor menor, o índice de evolução de preços é o mesmo. Obviamente nós temos um efeito no ticket médio total. O Fernando comentou em relação aos novos clientes, e também tem a questão que nesse trimestre nós estamos consolidando o Laboratório Solução dentro dos nossos números, onde que também tem um ticket menor. Então esses são os dois principais efeitos. Mas os mesmos produtos

mantiveram os *tickets* no primeiro trimestre. O Solução faz Apoio Total e por isso tem um ticket um pouco menor.

## **FRED MENDES – BRADESCO BBI**

Perfeito pessoal, Dr. Roberto, Camilo, Alessandro, Fernando, obrigado pela resposta. Se eu só puder fazer um *follow-up*, só em relação ao Apoio Total, quando se consegue entrar no cliente como um todo. Como fica o *churn* dele? Pois há o risco de, eventualmente, a competição abaixar o preço também. Então eu só queria entender, quando se entra com o Apoio Total, vocês conseguem ter um *churn* menor para esse cliente? Mesmo que eventualmente a competição decida reduzir o preço, uma vez que você consegue trazer ele [o cliente] para dentro como um todo, fica mais fácil de segurá-lo mesmo em um cenário de competição mais forte? Obrigado.

## **ALESSANDRO FERREIRA**

Fred, obrigado pela pergunta, é Alessandro novamente. Então, a resposta é sim, o *churn* desses clientes do Apoio Total reduz, por alguns motivos: primeiro que, com o passar do tempo ele vai se especializando, e começa obviamente migrando o volume que ele já faz. Com o tempo, a partir do momento que vai aprendendo o nosso menu de exames mais especializados, a gente inclusive vai ajudando esse cliente a especializar, não só do ponto de vista tecnológico, mas da assessoria médica e científica que a gente consegue entregar para ele. E isso não é uma coisa muito fácil de você mudar nele, não é tão cambiável assim.

Outra coisa que passa a ser importante é que [o cliente] começa a ter uma dependência operacional maior. O que eu estou chamando de dependência operacional: modelos de laudo, valores de referências, hábitos dos médicos no consumo daquelas partes de referência de acordo com metodologia. Então os exames mais comuns, de maior volume, passam a ter a metodologia que nós utilizamos. Para o laboratório mudar, e mudar essas metodologias, ele precisa fazer um esforço muito maior para alterar esse fornecedor. Então, a ideia de ampliar e de investir em Apoio Total também teve esse *driver* estratégico de reduzir o *churn* de cliente, uma vez que passa a ter esses dois pontos: alta especialização com o passar do tempo e com isso a gente ajuda o cliente a melhorar o seu menu de exames localmente. Lembrar que é um negócio dependente de reputação local. O segundo ponto é essa dependência operacional que existe desde a parte logística, pré-analítico, orientações pré-analíticas que dependem de que tipo de metodologia analítica que se vai fazer. Então o *churn* é menor sim.

## **FRED MENDES – BRADESCO BBI**

Perfeito pessoal, muito claro, obrigado.

## **OPERADORA**

Com licença nossa próxima pergunta vem do Sr. Gustavo Miele, Itaú BBA.

## **GUSTAVO MIELE – Itaú BBA**

Bom dia, obrigado pela apresentação de vocês, espero também que vocês estejam todos bem nas suas respectivas casas. São duas perguntas rápidas, a primeira eu queria saber se esperam uma mudança nas estratégias de abertura de PSC com esse modelo de coleta em casa crescendo bastante. Uma pergunta especificamente para vocês, quero ouvir um pouco o lado interno do Pardini, mas queria saber se vocês acham que é uma dinâmica setorial que a gente deve esperar ao longo dos próximos trimestres. A minha segunda pergunta, eu queria ouvir de vocês um pouco mais a respeito de ambiente competitivo em diferentes praças. Queria que vocês dessem um pouco mais de granularidade geográfica, para sabermos em quais praças vocês estão vendo um ambiente competitivo um pouco mais desafiador, e em quais outras vocês acham que tem um espaço um pouco mais tranquilo para potencializar o crescimento. Seriam essas as minhas duas perguntas pessoal, obrigado.

## **ALESSANDRO FERREIRA**

Gustavo, bom dia, Alessandro, também espero que você esteja bem, você e sua família. Vamos por partes aqui, houve uma grande modificação na estratégia do PSC, mas é importante, como já comentamos em algumas *lives* que tivemos e em algumas conversas, o Pardini no passado, no seu planejamento estratégico, já tinha identificado uma grande tendência de coletas em domicílios de interface digital e de uso de plataformas digitais para interagir com o laboratório. Então isso já estava previsto em planejamento estratégico e, com a crise do Coronavírus, nós antecipamos essas estratégias. Então, nós ampliamos as coletas em domicílio em todas as praças, inclusive em praças que nós não tínhamos, como o Rio de Janeiro. Implantamos a coleta em domicílio, um alto volume de coleta em domicílio, e implementamos interfaces digitais mais ágeis, o que a gente chamou de nossas “Lojas Virtuais”. Existe domínios ai do Pardini, [exameemcasa.com.br](http://exameemcasa.com.br) foi uma dessas lojas digitais que nós lançamos, o que facilitou bastante. E nós acreditamos que essa tendência deva continuar, assim como de outros negócios de outros segmentos econômicos, esse consumo em casa deve continuar.

Em breve nós estamos inaugurando a nossa loja do Itaim, que é uma loja de alto padrão, que já está pronta. Existe alguns detalhes para serem feitos, mas nos próximos dias a nossa loja física do Itaim estará pronta. Vai ser aberta com todos os cuidados que devem ser tomados, e que o Pardini toma desde o início da pandemia, de diminuição de risco de Coronavírus, mas a gente continua.

Algumas outras lojas que estavam previstas, nós interrompemos momentaneamente a abertura dessas lojas, tanto no Rio quanto aqui em Belo Horizonte e em São Paulo. Mas nós acreditamos muito nas estratégias de domicílio. Um grande fator positivo que essa ampliação do domicílio nos deu, mais uma vez, é a disponibilidade que nós temos do teste de Coronavírus. Então em praça onde nós não éramos tão conhecidos, como o Rio e São Paulo, ao ampliarmos as coletas de domicílio e oferecermos os testes de Coronavírus em domicílios, tanto o teste molecular quanto o teste sorológico, nós começamos a ser mais vistos, conhecidos e reconhecidos como laboratório de referência médica, de referência científica. Então a gente teve uma grande expansão de marca, de conhecimento de marca, no Rio e São Paulo, justamente por termos uma tecnologia que outros *players* menores não têm ou têm com menor disponibilidade.

Em relação ao ambiente competitivo em diferentes praças, a gente precisaria de fazer realmente uma granularidade. Em relação ao PSC a gente viu algumas mudanças de ambiente competitivo, por exemplo: na praça de Goiânia, o Padrão tem uma recuperação muito acelerada em relação as demais bandeiras do Grupo Pardini. A gente realmente tem um diferencial competitivo muito grande em Goiânia e em Belo Horizonte. Todos os *players* do Rio de Janeiro e São Paulo, os grandes, eles continuam com suas estratégias, continuam tendo as suas abordagens de coleta de domicílio de interface digital. Mas o que realmente a gente observou é que nós conseguimos expandir a marca através da coleta de domicílio nessas duas praças do Rio e São Paulo. A gente em ambiente competitivo em PSC continuou, guardadas as devidas as proporções causadas pela crise do Coronavírus, a mesma dinâmica entre os grandes *players*. Mas observamos uma redução dessa competição com *players* menores, com laboratórios menores que não tem essa disponibilidade principalmente tecnológica para o Coronavírus.

No L2L, acredito que o Fernando tenha falado, houve algumas mudanças sim no cenário competitivo, eu declaro mais uma vez que nós tivemos uma grande vantagem por ter sido o laboratório que mais ofertou [testes do] Coronavírus. Desde fevereiro, desde o primeiro trimestre, a gente conseguiu ganhar algumas praças e ganhar alguns clientes. Nós já estávamos há um bom tempo estudando, traçando estratégias e o Coronavírus [testes] sendo um diferencial. Então não vejo muita mudança do ambiente competitivo entre os grandes do PSC, mas entre os pequenos sim. E no L2L, o Coronavírus [testes] nos dá alguma vantagem competitiva.

## **ROBERTO SANTORO**

Gustavo, bom dia, é o Roberto falando. Queria só acrescentar a fala do Alessandro. Em dezembro de 2019, no nosso Pardini Investors' Day, nós lançamos a plataforma Pardini Digital Pra Você. Significa todo o investimento no digital da interface, do *block-chain*, principalmente com os clientes em ambiente domiciliar. Eu acredito que seja, sim, uma tendência setorial. Mas o mais importante, a capacidade tecnológica de interagir com a operadora de saúde e ao mesmo tempo com o cliente e com prescritor em um *block-chain*, para que você consiga fazer de uma forma segura, eficiente e com toda transparência em todos os elos da cadeia. Então nós estávamos preparados para isso e antecipamos, já existia em Belo Horizonte e em Goiânia, e nós ampliamos pra praças de Rio de Janeiro e São Paulo. É claro que as lojas físicas, principalmente em mercados em que há uma união grande entre imagem e análises clínicas trazendo conveniência, como é em São Paulo e até o nosso menor *market-share* com praças ainda em expansão com a marca Pardini, aos poucos nós vamos introduzir ainda pouco a pouco algumas unidades. É importante na realização da conveniência de imagens e laboratório e ao mesmo tempo para conhecimento do público médico e dos clientes que interagem com essas lojas físicas. Mas ao mesmo tempo é lançado também o domicílio nessas duas praças, mas é uma tendência sim.

Em relação a Minas e Goiânia, dado o nosso grande *market-share*, ampliaremos esse serviço do domicílio. Nós temos serviços de imagem também na região metropolitana de Belo Horizonte que podem ser feitos também a domicílio, principalmente exames ecográficos e exames cardiológicos. E como em Minas Gerais nós temos multimarcas, nós vamos reposicionar algumas delas para determinados nichos de cliente. Então essa é uma evolução, lojas físicas podem acontecer, mas essa evolução tecnológica numa relação domiciliar com o cliente cada vez melhor, cada vez mais integradas aos nossos serviços de tecnologias. Uma experiência digital

humanizada é uma tendência dos mercados com grande *market-share*. Além disso, lembrar que nós estávamos esperando a conclusão do projeto Enterprise, que lança também um novo serviço para ambientes hospitalares, que são eixos de crescimento, hospitais mais especializados, principalmente hospitais oncológicos, que necessitam de exames de ontogenética de anatomia patológica, é um caminho, é uma fonte de receita nova e uma nova capacidade competitiva para o Grupo Pardini. E, principalmente, na área de oncologia, nas praças que nós já estamos, o Pardini tem um grande portfólio na área de oncologia, e pode ser uma boa conexão também tanto em Minas quanto em Goiânia para novas fontes de receita.

## **GUSTAVO MIELE – Itaú BBA**

Excelente, Roberto, Alessandro, muito claro as respostas, obrigado.

## **OPERADORA**

Com licença. Nossa próxima pergunta vem da Sra. Eugênia Cavalheiro, JP Morgan.

## **EUGÊNIA CAVALHEIRO – JP MORGAN**

Bom dia pessoal, espero que vocês estejam todos bem também. Eu queria fazer uma pergunta relacionada a demanda atual, eu sei que vocês já deram alguns *disclosures* no Release de Resultados de ontem, mas eu queria entender como está a demanda em abril e maio, comparada as expectativas iniciais de vocês. E se vocês pudessem falar também um pouco do quanto dessa demanda vem dos exames que vocês estão fazendo para o Covid, seria interessante. Se eu pudesse tocar em um outro ponto também, gostaria de entender como vocês estão vendo as tendências da demanda de exames toxicológicos, obrigada.

## **ALESSANDRO FERREIRA**

Eugênia, é Alessandro, também espero que esteja tudo bem com você e com sua família e amigos. O que eu posso te falar, nós fizemos alguns cenários em relação ao impacto da crise do Coronavírus, e a demanda atual está acima do que nós esperávamos, positivamente. Então o grupo tem recuperado a demanda em todos os negócios. Estamos performando acima de 70% do período pré-covid, e com uma curva ascendente de maneira bem interessante de todos os negócios. Algumas praças se recuperaram mais rápido, como já disse, Goiânia e Minas Gerais, mas todos os negócios têm se recuperado acima do esperado. Uma coisa que é extremamente relevante, e uma das coisas que estamos entendendo é: o modelo de negócio, a estruturação dos negócios do Pardini é um dos responsáveis por a gente estar acima do esperado. Inclusive olhando outras empresas do setor em conversas e até em algumas apresentações, a gente confirma que estamos em uma posição bem interessante. O negócio L2L é um negócio extremamente pulverizado no Brasil, mais de 75% da nossa receita do L2L está fora das capitais dos estados. Então quando a gente fala que está em 2.000 cidades, onde a gente observa os maiores impactos do Coronavírus: em grandes aglomerações e em cidades em alta densidade populacional, por motivos óbvios. O Coronavírus precisa de contato físico para se disseminar, então a gente tem, nos interiores dos estados, uma densidade populacional menor e o impacto econômico também menor, uma vez que não existe tanta pressão sanitária nesses municípios. Então o L2L como um todo foi um pouco mais resiliente, e ao mesmo tempo ele se recupera mais rápido.

Nós estudamos profundamente, com a ajuda de alguns algoritmos de inteligência artificial, qual é a relação existente entre isolamento social e a receita no L2L. Nós utilizamos os dados de isolamento social que o governo está utilizando, que são baseados em mobilidade de aparelhos celulares, e a gente conseguiu identificar um índice, que é um índice do Pardini, de que varia de capital para capital. Então a gente sabe hoje se diminuir ou aumentar 1% do isolamento social, qual que é o impacto do nosso volume, e com isso a gente conseguiu direcionar ações mais assertivas em algumas praças, e até assegurar alguns investimentos tanto internos quanto também mercadológicos. Por isso também acho que além de uma questão do modelo de negócios, é uma questão de eficiência na gestão. A gente está conseguindo ter essa recuperação.

Em relação ao PSC, eu também entendo que a demanda está acima do que nós planejamos, muito pela velocidade de projetos que nós conseguimos antecipar. Nós antecipamos e ampliamos muito o serviço domiciliar e o fato de ser [corte no áudio] para o molecular do Coronavírus nos dá uma grande vantagem competitiva. Em relação às tendências dos exames toxicológicos, houve um impacto provocado pelo Coronavírus, mas provocado também por uma, não vou dizer uma mudança de legislação, mas de uma medida que cancelou ou congelou a renovação das carteiras de habilitação. Lembrar que esse negócio tem 3 demandas: existe a carteira de habilitação, existe a carteira de trabalho, de você ser contratado ou demitido, é preciso fazer o exame toxicológico e tem os concursos públicos. A parte da carteira de habilitação foi congelada, mas alguns Detrans já estão voltando em vários estados, e eles, voltando à ativa, eles estão chamando. Está tendo um chamamento para renovação das carteiras, então mostra também uma tendência de recuperação dos exames toxicológicos. A gente ainda precisa observar porque isso é de uma interpretação de cada Detran estadual, mas vários Detrans ao longo do Brasil têm reaberto as atividades, e com isso as carteiras voltam a ser emitidas e renovadas e o toxicológico volta a ser realizado.

Em relação as empresas, a gente observa que também teve uma retomada de volume de ou de contratação ou de demissão. A economia volta agora a logística, é um termômetro muito importante para a retomada da economia, então isso também tem ajudado. A toxicologia precisa ser observada antes com um pouco mais de cuidado porque ela não tem o impacto somente da paralisia econômica, mas também dessa medida econômica que está sendo retomada em alguns estados. Espero que eu tenha esclarecido as duas perguntas.

## **EUGENIA CAVALHEIRO – JP MORGAN**

Sim ficou muito claro, obrigada pelas respostas, se eu pudesse só fazer um *follow-up* em relação ao toxicológico ainda. Poderia passar pra gente como tem se comportado o *ticket* médio dos exames toxicológicos?

## **ALESSANDRO FERREIRA**

Quando a gente compara o primeiro tri do ano passado com o primeiro tri desse ano, houve uma redução do *ticket* médio, mas quando a gente compara o último tri do ano passado com o primeiro tri desse ano houve manutenção desse *ticket* médio, ou seja, houve uma queda do *ticket* médio do ano passado no primeiro tri até meados do terceiro tri, e depois uma manutenção desse *ticket* médio. Vale ressaltar que o *ticket* praticado pelo Grupo Pardini através da Toxicologia Pardini é um *ticket* superior aos demais *players* do mercado, e mesmo assim nós temos ainda uma posição de liderança pelo nível de serviço que a gente consegue entregar.

Como hoje foi divulgado, a gente tem uma produção interna dos exames toxicológicos, então hoje eles já são 100% produzidos dentro da Labfar, que foi empresa adquirida e obviamente isso gera uma melhoria de resultado, uma vez que o custo hoje é um custo menor que nós que tínhamos. Mas quando a gente compara o último tri do ano passado com o primeiro tri desse ano, houve uma manutenção do *ticket* médio e quando comparando também o último tri com o primeiro tri, houve uma recuperação de volume.

## **EUGENIA CAVALHEIRO – JP MORGAN**

Muito obrigada.

## **OPERADORA**

Com licença, lembrando que para fazer perguntas basta digitar \*1.

Novamente, para fazer alguma pergunta por favor digite \*1

Com licença, não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Roberto Santoro para suas últimas considerações, por favor Sr. Roberto, pode prosseguir.

## **ROBERTO SANTORO**

Primeiro queria agradecer a todos, estejam seguros, protegidos e informar que nossa área de Relações com Investidores está à disposição para qualquer esclarecimento adicional, meu muito obrigado a todos.

## **OPERADORA**

Obrigada, a teleconferência de resultados do Instituto Hermes Pardini está encerrada, agradecemos a participação de todos e tenham um ótimo dia.