

TRANSCRIÇÃO EDITADA DA TELECONFERÊNCIA
RESULTADOS DO 1T18
GBT (GBIO33 BZ)
11 DE MAIO DE 2018

PARTICIPANTES CORPORATIVOS

Mariano Garcia-Valiño – Grupo Biotoscana – CEO

Raquel Balsa – Grupo Biotoscana – CFO

Renato de Giorgi – Grupo Biotoscana – EVP, Business Development

Julieta Serna – Grupo Biotoscana – EVP, LatAm

Melissa Angelini – Grupo Biotoscana – Gerente de RI

Mirele Aragão – Grupo Biotoscana – Analista de RI

APRESENTAÇÃO

Operadora

Boa tarde! Sejam bem-vindos à teleconferência do Grupo Biotoscana referente aos resultados do primeiro trimestre de 2018.

Informamos que este evento está sendo gravado e que, durante a apresentação da empresa, todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas apenas para analistas e investidores, quando mais instruções serão fornecidas. Caso os senhores necessitem de assistência durante a teleconferência, por favor, solicite a ajuda de um operador digitando *0. O áudio está sendo apresentado simultaneamente na Internet e pode ser acessado através do site de RI da Companhia.

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, 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 e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Nesta teleconferência, temos a presença do Sr. Mariano Garcia-Valiño (CEO), Sra. Raquel Balsa (CFO), Sr. Renato De Giorgi (VP executivo de Business Development), Sra. Julieta Serna (VP executiva da América Latina) e o time de RI do Grupo Biotoscana.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Mariano Garcia-Valiño, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Mariano, pode prosseguir.

Mariano Garcia-Valiño – Grupo Biotoscana – CEO

Obrigado. Bom dia a todos e bem-vindos à nossa teleconferência referente aos resultados do primeiro trimestre de 2018.

Hoje, junto a mim, temos a Raquel Balsa, nossa CFO, o Renato De Giorgi, nosso Diretor de Negócios, a Julieta Serna, nossa Vice-Presidente da região da América Latina e a nossa equipe de relações com investidores. Só para lembrá-los, estaremos disponíveis para responder às suas perguntas sobre os resultados ou quaisquer outras perguntas no final da teleconferência.

Vamos passar para o slide 2. Aqui mostramos os destaques dos resultados do primeiro trimestre de 2018. Como podem ver, as receitas continuaram a crescer favoravelmente, na casa dos dois dígitos, atingindo uma receita bruta de 927 milhões de reais nos últimos 12 meses ou 10% de crescimento em moeda constante. Veremos os componentes de crescimento em um segundo.

As nossas margens continuam não apenas resilientes como também estão melhorando em todos os níveis. No gráfico da parte superior direita do slide, podemos ver a evolução da margem bruta e das margens de EBITDA nos últimos 5 trimestres. Terminamos

o trimestre com uma margem bruta de 56%, 351 bps acima do primeiro trimestre de 2017. A margem EBITDA, por sua vez, ficou em 25%, 172 bps acima de 2017. Essa melhora vem da qualidade de nossas receitas, que dependem menos de produtos com margens baixas, como o Sovaldi, e do impacto positivo que tivemos com a adição dos produtos da Dosa no nosso portfólio.

Em termos de novos produtos, o ano de 2018 será crucial.

Já lançamos o Abraxane no Brasil e no México, e o Halaven e Lenvima no Brasil, dentre outros. A captação de pacientes do Abraxane e Halaven tem sido mais rápida que planejamos e tivemos uma aceitação extremamente boa entre a classe médica. Tivemos também uma demanda espontânea significativa pelo Lenvima, o que levou ao seu lançamento antecipado.

Além disso, recebemos aprovação para classificar o Cresemba como medicamento órfão, tanto no Brasil quanto no México, o que deve levar a aprovações de produtos mais rápidas.

O Lenvima recebeu várias boas notícias neste último trimestre, como você pode ter lido, em termos de perfil e potencial.

Em março, o Lenvima recebeu aprovação no Japão para tratamento de carcinoma hepatocelular (HCC) irressecável. Esta é a primeira aprovação mundial do Lenvima para HCC irressecável e a primeira nova terapia sistêmica a ser aprovada em aproximadamente 10 anos no Japão para tratamento de primeira linha do HCC.

Além disso, a US FDA aprovou o Lenvima, em conjunto com o Keytruda, como terapia inovadora para o tratamento de pacientes com carcinoma de células renais avançado ou metastático.

Estes, sem dúvida, melhoraram significativamente as perspectivas para este tratamento chave. Renato vai comentar mais sobre isso em alguns minutos.

Finalmente, estendemos nossa parceria com dois parceiros importantes. Assinamos uma extensão da nossa parceria com a Biocad para incluir a Infliximab na Colômbia e também assinamos recentemente uma extensão muito significativa de nossa parceria com a Gilead para incluir 15 produtos já existentes em 5 mercados andinos. Muitos desses produtos já estão registrados e vendidos nesses mercados, então eles entrarão imediatamente nos nossos resultados do 2T18.

A parceria também nos dá direitos ao rico pipeline de produtos Hepatite C e HIV da Gilead, que esperamos lançar nos próximos anos. O Renato dará mais informações disso daqui a pouco.

Esta ampliação das nossas parcerias atesta a capacidade do GBT de estabelecer relações duradouras e confiáveis com nossos principais parceiros. Novamente, o Renato mostrará mais dados sobre esse contrato.

Como fizemos em resultados anteriores, o slide 3 mostra todos os componentes do nosso crescimento, para que vocês possam ver de onde ele vem.

Apenas como um lembrete, quando dizemos "crescimento constante da moeda", estamos nos referindo a números que excluem o impacto do câmbio. Quando dizemos "crescimento orgânico", excluímos moedas estrangeiras e também desinvestimentos, aquisições e negócios especiais de curto prazo.

É importante também destacar, como já divulgamos, que estávamos contando com a entrega dos produtos de HIV referente à licitação que vencemos na Argentina no ano passado. Temos os pedidos prontos e parte dessa licitação tem expectativa de entrega no 2T18. No 1T17, todos os pedidos foram entregues no mesmo trimestre. Essa é a razão pela qual estamos ajustando as receitas pro-forma para fins de comparabilidade.

Nosso crescimento pro-forma no trimestre, em moeda constante, foi de 13% para a receita bruta e 12% para a receita líquida.

Sem esse ajuste proforma, o crescimento da receita bruta foi de 10% e da receita líquida foi de 9%.

É claro que uma parte desse crescimento vem da Dosa, nossa recente aquisição, que continua a evoluir de maneira favorável e sendo integrada às nossas atividades.

M&A é, naturalmente, parte integrante da nossa estratégia de crescimento, por isso não consideramos este um caso único. No entanto, para fins de transparência, também estamos mostrando nosso crescimento sem o efeito de M&A, que no trimestre foi de 8%.

É importante notar que, em média, cerca de 80% do nosso crescimento vem do aumento do volume. Mesmo na Argentina, onde, como você sabe, a inflação é alta (na casa dos 20 ou mais), estamos registrando um saudável crescimento de 50%, com 60-80% vindo do volume.

Os nossos esforços para consolidar a empresa continuarão ao longo de 2018. Continuaremos focados nos lançamentos de nossos novos produtos, no crescimento sustentável de nossas operações e permaneceremos confiantes com nossa estratégia de crescimento, nossos fortes pilares e experiência em gestão. Em relação à M&A, continuamos com os nossos esforços de expansão através de fusões e aquisições para melhorar nossa presença regional e conquistar certas áreas terapêuticas importantes, assim continuamos avaliando diversas oportunidades em diferentes estágios.

Estarei disponível para responder suas perguntas no final desta teleconferência, mas agora gostaria de pedir ao Renato de Giorgi, chefe da área de desenvolvimento de negócios, para comentar sobre o nosso portfólio e pipeline.

Renato De Giorgi – Grupo Biotoscana – EVP, Business Development

Obrigada Mariano, boa tarde a todos.

Nesse começo de ano focamos muito nos lançamentos de produtos e eventos de marketing, por isso no slide 4, gostaria de comentar um pouco sobre o que temos feito.

No mês passado organizamos uma preceptorial na Espanha. A preceptorial é um evento científico pequeno que ocorre em uma instituição de referência para os *key opinion leaders*, onde organizamos vários painéis e discussões de casos. Neste último, tivemos palestrantes de 3 países diferentes em várias sessões em que participantes discutiam infecções fúngicas em pacientes hematológicos. Foram apresentados vários estudos clínicos em que se discutiram a indicação do Ambisome e possibilidades de tratamento.

Ainda em abril, nós lançamos o Lenvima no Encontro Brasileiro de Tireoide, em Campos do Jordão, São Paulo. O evento recebeu mais de dois mil médicos. Dentro do congresso organizamos um simpósio específico para o lançamento do Lenvima com uma médica brasileira renomada. O simpósio foi muito bem-sucedido e nos permitiu discutir as terapias inovadoras para pacientes com doenças metastáticas. Por enquanto temos Lenvima aprovado apenas para câncer diferenciado de tireoide, que é uma indicação limitada, mas nós já submetemos para aprovação a indicação de carcinoma de células renais avançado. Esperemos ter essa aprovação da ANVISA até o final do ano.

Outra perspectiva interessante para Lenvima é que o FDA designou o uso Lenvima com Keytruda como terapia inovadora para o tratamento de carcinoma de células renais.

No Japão, como o Mariano mencionou, o Lenvima foi aprovado para carcinoma hepatocelular irrissecável. Essa é a primeira aprovação no mundo para essa indicação para Lenvima e a primeira para terapia sistêmica no Japão nos últimos 10 anos. Isso mostra o excelente *profile* e perspectiva dessa molécula, que temos para toda a Latam, exceto México.

Vocês podem ver que nossos lançamentos estão avançando bem e antes do planejado. Halaven e Abraxane têm *uptakes* dos pacientes mais rápidos, com feedback extremamente positivo dos médicos sobre a eficácia geral e a superioridade tecnológica. Para o Halaven, já submetemos pedido para indicação como terapia de segunda linha no Brasil. Hoje temos para a terceira linha.

Além disso, em preparação para os lançamentos de Cresemba e Zevetra em um futuro próximo, participamos do congresso da *European Society of Clinical Microbiology and Infectious Diseases* em Madri, onde houve vários simpósios e *roundtables* para os a comunidade médica da América Latina.

Estamos planejando outros lançamentos e diversos eventos durante o ano, como o ASCO, *The American Society of Clinical Oncology*, o maior evento para câncer no mundo e o ASH – *American Society of Onco-hematology*, no final de dezembro. Isso mostra nossos esforços na execução do nosso top notch pipeline, expansão de portfólio e presença geográfica.

Passando para o slide 5, temos o nosso pipeline contratado. Como mencionado pelo Mariano anteriormente, nós estendemos nossa parceria com dois parceiros chave – Biocad e Gilead. Isso demonstra nossa capacidade de estabelecer novas parcerias estratégicas de longo prazo com parceiros atuais para novos produtos.

Com a Biocad, nós assinamos uma extensão de um acordo atual para o registro, acesso ao mercado e comercialização exclusiva do Infliximab na Colômbia. A Biocad nos permite entrar em um mercado novo de biológicos ou anticorpos monoclonais (mAbs). Os mAbs são basicamente medicamentos fabricados a partir de organismos vivos. As tendências atuais do mercado mostram que os biológicos poderão oferecer maneiras mais efetivas de tratar várias doenças que hoje não têm tratamento.

Ontem anunciamos a extensão do acordo com a Gilead que engloba um portfólio de anti-infecciosos para a região andina de 15 produtos, incluindo Ambisome para 3 países, Harvoni para 4 países e Eplusa para a Colômbia, entre outros vários. Alguns dos produtos no portfólio representarão receita imediata para nós, considerando que eles já foram registrados e eram comercializados por outros parceiros da Gilead. Esse portfólio tem um grande potencial já que muitos produtos ainda estão nos primeiros anos da curva de *uptake*, e o acesso e taxa de diagnóstico de HEP C e HIV no território ainda é baixa quando comparada a países desenvolvidos.

Nós recebemos boas notícias em relação ao Cresemba. Obtemos no Brasil e no México a aprovação para submeter o Cresemba como medicamento órfão, e esperamos receber aprovação de registro em um período mais curto.

Nós já submetemos o Cresemba em 3 outros países na região.

Em relação aos *branded generics*, temos o Dr. Ivan French, que recentemente se uniu a nós como EVP de Pesquisa e Desenvolvimento, focado no desenvolvimento de novos produtos juntamente com a estratégia de expansão geográfica.

Também estamos trabalhando na melhoria da eficiência de nossas plantas. Diego Sanguinetti, a mais recente adição ao nosso *management*, está liderando essas atividades. Finalizamos a integração com Dosa, capturando sinergias em mão de obra.

Recebemos a certificação da Invima para o nosso hub no Uruguai onde podemos fazer empacotamento secundário para otimizar nosso estoque e melhorar nossa resposta ao mercado.

Em termos do nosso fluxo de negócios com potenciais parceiros, indo para o slide número 6, progredimos bem.

Durante o primeiro trimestre de 2018, continuamos nossos esforços incansáveis para garantir acesso constante a moléculas de alto nível.

A partir de nossa análise interna e de pesquisas, identificamos mercados potenciais em indicações oncológicas relevantes, como câncer de próstata, câncer de pulmão e câncer colorretal. Avaliamos esses mercados e reduzimos a uma lista de mais de 30 moléculas inovadoras – candidatas – tanto no estágio comercial quanto na fase 3 que estudaremos e buscaremos durante o resto de 2018.

Nossa viagem recente aos EUA (US Trek) para encontrar parceiros em potencial foi muito bem-sucedida. Conseguimos fortalecer os relacionamentos, apresentar nosso plano de negócios e, eventualmente, avançar um pouco mais nos acordos.

Estamos avançando em negociações com potenciais parceiros para indicações-chave em Onco-Hematologia como leucemia linfocítica crônica, leucemia mieloide aguda, síndrome mielodisplásica e mieloma múltiplo.

Também progredimos no processo de BID para três antibióticos inovadores para tratar infecções complexas do trato urinário, infecções agudas bacterianas da pele e para o tratamento de infecções devidas a cepas sensíveis a vários patógenos designados gram-positivos e gram-negativos, que ocorrem tipicamente em pacientes hospitalizados.

Em termos de *deal sourcing*, começamos a olhar além das empresas farmacêuticas tradicionais com sede nos EUA e na Europa. A presença na região de grandes empresas farmacêuticas japonesas com pipeline oncológico robusto é muito limitada. Isso cria uma oportunidade significativa para o GBT ser pioneiro e dedicaremos esforços para desenvolver essas relações durante 2018 na ASCO e na ASH.

Continuamos na busca de produtos de Formulação de Dosagem Final (FDF) para complementar nossos portfólios inovadores de Neurologia e Antifúngicos. Durante a última reunião do CPhI na Filadélfia, nossa equipe se reuniu com mais de 10 parceiros potenciais de produtos FDF localizados nos EUA, Europa e Ásia que estão atualmente sob avaliação e *due diligence*.

Continuamos trabalhando para garantir acesso constante aos produtos de ponta e disponibilizá-los para pacientes na Latam.

Agora eu passo para a Julieta que falará sobre a nossa performance operacional.

Julieta Serna – Grupo Biotoscana – EVP, LatAm

Obrigado, Renato e bom dia a todos.

Analisando nossos resultados trimestrais, falarei sobre nosso desempenho operacional. No slide 7, temos os principais destaques do P&L. Eu vou explicar sobre nossos resultados de *top line* e depois eu vou passar para Raquel, que vai falar sobre nossos resultados financeiros.

Passando para o slide número 8, mostramos uma ponte com todos os componentes de crescimento separadamente.

O *top line* ainda está crescendo. Apresentamos crescimento de dois dígitos para a receita bruta de 10%.

A maneira mais fácil de analisar nosso crescimento é através dos *vinetages*. Neste slide, você pode ver nosso portfólio dividido em três partes - lançamentos, produtos *peak year* e produtos maduros.

Nossa aceleração de crescimento vem, principalmente, de novos produtos. Os produtos na fase de lançamento, excluindo o Sovaldi, continuam a mostrar crescimento sólido, registrando um aumento de aproximadamente 51% em relação ao mesmo trimestre do ano passado, com moléculas com grande potencial como Halaven e Abraxane com penetração no mercado mais rápida do que o esperado. Os produtos que já atingiram o *peak sales* cresceram 23% em relação ao ano passado e você vê produtos maduros em declínio, como esperado.

Você também pode analisar nosso crescimento em termos de origem do produto e, na parte inferior deste slide, você pode ver esse *breakdown*. Cerca de 40% de nossas receitas vêm de nosso portfólio de *branded generics*, que cresceu cerca de 20% em termos nominais. A estratégia de combinar importantes licenças com produtos *branded generics* é uma forma de fortalecer nosso posicionamento em cada linha terapêutica que operamos e aumentar a visibilidade entre médicos e pacientes. Além disso, pode ser um fator importante para atrair novos contratos de licenciamento, já que, muitas vezes, nossos parceiros têm apenas um dos produtos para um determinado tratamento e, como temos um amplo portfólio, o potencial de *cross-selling* é uma vantagem.

Do lado direito, temos nossa divisão por linha terapêutica. Continuamos focados na oncologia, que representou cerca de 37% da receita total. Portfólio de oncologia cresceu organicamente 30%, com bom desempenho de Vidaza e Ladevina, entre outros e lançamentos de Abraxane e Halaven indo melhor do que o esperado.

A linha de doenças infecciosas representou quase 30% de nossas receitas. Com o portfólio da Gilead que acabamos de anunciar, poderemos ver um crescimento relevante para essa linha nos próximos trimestres.

Outra área em que continuaremos a focar é nas doenças raras, como mencionamos em outros *calls*. Há um aumento de quase 80% comparando os trimestres, principalmente impactado pela inclusão de alguns produtos de doenças pulmonares graves da Dosa nesta linha.

Agora, no slide 9, falaremos sobre nossas vendas líquidas.

A receita líquida ficou em 190 milhões de reais no primeiro trimestre, com crescimento de 9% em moeda constante em relação ao primeiro trimestre do ano passado. O crescimento proforma ficou em 12%. Esta é uma comparação muito justa, já que inclui 100% do BID de HIV no 1T18, para melhor comparação com o BID entregue completo no 1T17.

Em termos de países, a Argentina apresenta um bom desempenho, você pode ver nosso crescimento de dois dígitos de cerca de 50% trimestre a trimestre. A maioria de nossas linhas está indo bem, especialmente doenças raras. O crescimento de dois dígitos não inclui 100% do BID de HIV que ganhamos no ano passado, como mencionado anteriormente. Temos o pedido pronto, mas espera-se que cerca de 6 milhões de reais sejam entregues no 2T18.

Eu gostaria de aproveitar que estamos falando sobre a Argentina para mencionar algo sobre o ambiente por lá. Como mencionamos várias vezes desde nosso IPO, acreditamos que a Argentina aumentará, lentamente, sua pressão sobre os preços. Em particular, o PAMI, que é a agência de seguro de saúde pública para aposentados, teve o acordo com as empresas farmacêuticas renovado em março deste ano, que é a norma e o que esperávamos. Não houve grandes mudanças imediatas.

Achamos que o governo emitirá licitações públicas para alguns medicamentos a partir do final deste ano, mas ainda não está claro quais medicamentos farão parte desse processo ou quando isso começará a ter impacto.

Se ou quando isso acontecer, isso poderá exigir algumas variações em nosso modelo de negócios para o BGx na Argentina, mas eu gostaria de garantir que estamos avaliando um plano de ação.

No Brasil, houve uma redução de 9%, principalmente relacionada ao impacto do Sovaldi. Excluindo Sovaldi, há um aumento de 2%. O ligeiro aumento é dado por uma absorção muito maior do que o esperado, que causou pedidos atrasados para Abraxane e Halaven e também algum atraso nas entregas de produtos para Vidaza. Esperamos ter esses problemas resolvidos neste trimestre atual.

Outros produtos estão performando de acordo com o planejado, com *uptake* ainda positivo do Vidaza. Como mencionamos em nosso último *call*, em março, vimos que um concorrente no Brasil teve seu processo interrompido de lançar um genérico para o Vidaza. Isso dá uma evidência de como é difícil competir nesse mercado. Você tem que ter a tecnologia para fazer isso. Tem outro na fila para aprovação, mas ainda não há certeza de quando a ANVISA dará um retorno.

Ambisome teve um trimestre relativamente lento, algo que não é incomum. Como dissemos muitas vezes no passado, as vendas da Ambisome podem apresentar alta volatilidade trimestralmente, com grandes oscilações a cada mês, o que tende a recuperar no longo prazo.

A Colômbia, como todos sabem, continua enfrentando obstáculos, mas estamos trabalhando em sua recuperação. Contratamos um *country manager*, a ex-McKinsey RTS Equipe, altamente experiente em turnarounds, realizamos uma reestruturação de operação para nos adaptarmos à nova realidade do mercado e já transferimos a equipe de vendas de portfólios da Actelion, de forma suave e fluida, para a J&J. Ajustamos nossa força de vendas para focar em novos produtos e linhas terapêuticas.

Também lançamos com sucesso o Zyvalix e já temos vendas em abril. O Zyvalix é o primeiro produto genérico no mercado, o que pode ser uma vantagem competitiva para os próximos trimestres. Para você ter uma noção do tamanho do mercado, estimamos que esse mercado tenha ficado em torno de 20 milhões de dólares no ano passado.

Outra coisa importante a mencionar é sobre Gilead. Como Renato explicou antes, fechamos um acordo com a Gilead que nos permitirá ter vendas imediatas na Colômbia para 6 produtos de Hepatite C e HIV e temos os direitos do Eplusa, que é uma molécula que cobre e cura todos os genótipos da Hepatite C.

O México está progredindo bem, concentrando-se na venda do Abraxane e trabalhando no registro dos outros novos produtos.

Quanto ao resto de nossas operações, no geral, elas estão indo bem.

Temos crescimento de trimestre a trimestre no Uruguai, Chile, Bolívia e Paraguai, e eles estão progredindo em linha com nossas expectativas. Isso se deve principalmente ao desempenho positivo das linhas de onco-hematologia e linhas de doenças severas pulmonares na região.

Em termos de operação e reestruturação dos países, criamos um *cluster* para o Uruguai, Paraguai e Bolívia, centralizando a gestão e o *back-office* para que possamos ter massa crítica nesses países, aumentando o foco e melhorando o controle de custos. As capacidades comerciais também foram reforçadas e, até agora, essa mudança é muito positiva. Excluindo o Peru, as operações desses outros países aumentaram em torno de 14% no comparativo trimestral. A operação no Peru mostrou uma queda de receita no mesmo período, dado a atual maturação do portfólio combinado com uma competição mais forte por nossos produtos BGx. Estamos alinhando nossas capacidades comerciais para o novo contrato de infectologia que acabamos de assinar, como mencionou Renato. Então, como ele explicou, adquirimos os direitos da linha completa de produtos da Gilead no país. O portfólio não inclui apenas produtos de HEPs C e HIV, mas também o Ambisome. Isso nos ajudará com a renovação de nosso portfólio. Muitos desses produtos já foram lançados ou estão em etapas avançadas do processo de registro no Peru, nos permitindo desenvolver capacidades e, ao mesmo tempo, gerar receitas imediatas.

Antes de passar para Raquel, vou falar sobre nosso lucro bruto e margem bruta. Apresentamos um crescimento de dois dígitos no lucro bruto e você pode ver nossas margens melhorando em relação aos trimestres passados. Nossa margem bruta está em um nível muito saudável de 56% para o trimestre e crescimento de 400 bps trimestre contra trimestre, refletindo um mix de margem mais rico com menor penetração das vendas do Sovaldi, que como você deve saber, é um produto de margem relativamente baixa.

Agora vou passar para a Raquel, que comentará sobre nosso desempenho financeiro.

Raquel Balsa – Grupo Biotoscana – CFO

Obrigado Julieta. Olá a todos.

Passando para o slide número 10, as despesas operacionais subiram 18% ano contra ano em constante, excluindo os não recorrentes, que são essencialmente *stock grants*.

Entrando em detalhes sobre as despesas mais relevantes, as despesas de vendas e marketing representam cerca de 17% de nossa receita líquida e cerca de 48% do total de OPEX. Estamos em linha com os gastos nos trimestres anteriores, que ficaram entre 15 e 16%. O aumento está relacionado aos congressos e eventos que tivemos este ano relativo aos novos lançamentos, bem como a inclusão da Dosa, que não tivemos no ano passado e os esforços de pré-marketing para a Lenvima. Em relação ao número de funcionários, em meados do ano passado, contratamos mais três pessoas para a equipe de marketing corporativo para apoiar os lançamentos de todos os novos produtos. Normalmente, nossas despesas com vendas e marketing aumentam na mesma proporção que aumenta nossa receita.

Quanto à G&A, excluindo o efeito dos *stock grants*, representou cerca de 12% de nossa receita líquida. Também mantendo praticamente os mesmos níveis do passado. Como mencionamos várias vezes antes, somos muito orientados para o controle de custos, então vocês podem ver que, em termos nominais, ele é quase flat. Na Colômbia, houve uma reestruturação que nos levou a reduzir gastos no país e também tivemos economias no Brasil, o que contribuiu para os gastos mais estáveis.

As despesas com P&D representaram cerca de 6% da receita líquida e 17% do total do OPEX. Como falamos na última chamada, estamos trabalhando para impulsionar nosso P&D, para melhorar a capacidade do produto, que leva a um número maior de funcionários. Também temos Dosa neste trimestre e mais produtos para registrar.

As despesas de reorganização são principalmente impactadas pelos custos de reestruturação da Dosa e da Colômbia.

No slide 11, temos a performance do nosso EBITDA. Vocês podem ver nossas margens melhorando.

O EBITDA dos últimos 12 meses é de cerca de 200 milhões de reais. Para o trimestre, houve um aumento de 20% no EBITDA e um crescimento de margem de cerca de 230 basis points, alcançando 25% de margem EBITDA.

A melhora na margem está ligada ao aumento da margem bruta, já explicado pela Julieta, com menores vendas do Sovaldi e melhoria na qualidade de nossas receitas. O aumento foi parcialmente compensado pelo aumento do OPEX.

Passando para o slide número 12, no canto superior esquerdo, vemos uma melhora em nossas despesas financeiras principalmente relacionadas à nossa reestruturação da dívida realizada no ano passado, com o pré-pagamento total do Bancolombia e o pagamento total das PECs e, portanto, não haverá mais essas despesas daqui para frente.

Hoje temos despesas de duas novas dívidas contraídas no final do ano passado, no Brasil e na Argentina.

A queda de 60% nas variações cambiais também está relacionada ao pagamento do Bancolombia, que impactou nossa exposição a saldos *intercompany* pelo empréstimo entre Espanha, Colômbia e Brasil. Como não temos mais essa dívida, não teremos esse impacto de agora em diante.

Neste trimestre, a perda cambial é impactada principalmente pela Argentina, devido a passivos comerciais e passivos de M&A.

Como vocês sabem, nossas fábricas estão na Argentina e compramos nossas APIs em dólares. O FX disto não é significativo nos resultados consolidados e também é compensado pela venda de BGx a todas as subsidiárias em dólares.

Agora, no lado superior direito, nossa taxa de imposto ficou em 28% para o trimestre.

Isto pode ser explicado pela Dosa e por algumas perdas temporárias e permanentes não dedutíveis.

A taxa efetiva envolve a inadimplência do PAMI como despesa não dedutível, que pode ser revertida se o PAMI pagar ou formalizar a dedução feita aos pagamentos por meio de um acordo.

Excluindo isso, a taxa efetiva foi de 23%, em que podemos ver o efeito da redução da taxa nominal da Argentina, quando comparado com o primeiro trimestre de 2017.

Passando para o lucro líquido na parte inferior do slide, há uma melhora de 42% no lucro líquido ajustado, trimestre contra trimestre, e margem líquida de 12% com um crescimento de margem de 330 *basis points* comparado com primeiro trimestre de 2017.

Isso é impulsionado por uma receita operacional mais alta, excluindo os não recorrentes, juntamente com a redução em despesas financeiras e imposto de renda, como acabei de mencionar, devido à reestruturação da dívida.

Passando para o slide número 13, gostaria de falar sobre a geração de caixa operacional da empresa.

No trimestre, o fluxo de caixa operacional totalizou 23 milhões de reais. É importante notar que esse valor está impactado pela licitação de HIV na Argentina. No ano passado nos recebemos o valor total da licitação no primeiro trimestre de 2017. Neste trimestre ainda não recebemos nada, o que impacta negativamente nosso fluxo de caixa.

Além disso, temos o impacto de dois eventos extraordinários. O primeiro é uma retificação de imposto de renda da Dosa de anos anteriores que pagamos em janeiro, que não é operacional. O segundo está relacionado com a Actelion. Tivemos que comprar estoque de saída, que é um caso não recorrente.

Excluindo ambos os efeitos, a taxa de conversão para o EBITDA no trimestre foi de 48%. Essa redução é dada principalmente por um maior investimento em capital de giro.

Para explicar o capital de giro, gostaria de falar sobre os componentes.

Nossos dias de contas a receber foram impactados pela licitação de HIV, e como acabei de mencionar, entregamos parte dela, mas ainda não recebemos. A regulamentação de preços na Colômbia, como mencionada pela Julieta, também afetou esse *ratio*, devido a uma queda nas vendas no período, que não foi acompanhado pelas contas a receber. Esse *ratio* também foi afetado por mix nos canais de vendas.

Os dias de estoque foram impactados pelo estoque de saída dos produtos da Actelion, e também pelo maior estoque de Ambisome, devido a uma reforma no nosso laboratório no Brasil. Antecipando o fechamento temporário do laboratório, aumentamos o estoque do Ambisome.

Por outro lado, conseguimos negociar extensão de pagamento com nossos parceiros, fornecendo períodos mais longos para pagar pelo estoque.

Por todas essas razões, nosso *ratio* de capital de giro por receita líquida foi de 35%.

Com relação ao CAPEX, nosso CAPEX intangível foi por volta de 3% da nossa receita líquida. Os investimentos foram relacionados a pagamentos de *milestones* para a Eisai, alguns softwares de TI e taxas de registro para os novos produtos.

Em relação aos financiamentos da Companhia, passando para o slide 14, a taxa de conversão da dívida líquida pelo EBITDA ajustado foi de 0.8% no trimestre, demonstrando nossa disciplina em contrair dívidas e em linha com o trimestre passado.

A taxa de conversão do EBITDA ajustado sobre as despesas com juros foi de 3.7%. Isso mostra a nossa capacidade de pagamento de dívidas.

No final do ano passado, contratamos duas dívidas para refinar nossa dívida antiga, totalizando 170 milhões de reais de dívida líquida. Esses empréstimos foram feitos por duas afiliadas nossas, contribuindo assim para a redução significativa do nosso imposto de renda.

Isso conclui nossa apresentação. Muito obrigada pelo seu tempo. Podemos abrir para perguntas agora.

PERGUNTAS E RESPOSTAS

Operadora

Obrigada.

Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Caso haja alguma pergunta, por favor digitem * 1.

O Sr. Vinicius Figueiredo do Itaú BBA gostaria de fazer uma pergunta.

Vinicius Figueiredo – Itaú BBA

Boa tarde. Obrigado por pegarem a minha pergunta. Vocês poderiam dar uma cor mais qualitativa do novo contrato exclusivo com a Gilead para comercializar os produtos na região andina? Qual seria o impacto desse novo contrato nos resultados da Companhia, e também os cronogramas dessas vendas? A partir de quando poderemos ver esse impacto no seu resultado? Muito obrigado.

Mariano Garcia-Valiño – Grupo Biotoscana – CEO

Vinicius, deixe-me começar a responder, e depois passo para o Renato. O contrato começa agora, e já temos produtos no mercado, já estamos vendendo hoje. Nas páginas 12 e 13 do release, temos a lista dos produtos que já são comercializados, e também a listagem de produtos que serão comercializados e as datas em que achamos que esses produtos serão comercializados.

Também temos direito, *first right of refusal* aos produtos do pipeline da Gilead que eles decidam lançar na região. Então, essa lista é dos produtos que temos hoje no contrato, mas pode ser ampliada à medida que o contrato avance.

Para lhe dar uma ideia de tamanho do contrato, esse contrato pode ser muito grande. Nesse caso, diferentemente do resto do Brasil, ele inclui todo o mercado de HIV e de hepatite C, não somente a parte privada, mas também a parte do governo, que é, como se sabe, a maior parte do mercado.

Como potencial, pode ser um contrato muito grande, e se conseguimos a penetração no governo da mesma forma que a Gilead conseguiu em outras partes da região e do mundo, pode ser um contrato maior, inclusive, que o contrato que estamos perdendo da Actelion, para você ter uma ideia do tamanho.

Mas isso, obviamente, depende de entrarmos nos programas de saúde do governo nesses países, e que tanto também quanto Gilead consigam entrar em outros, coisa que não é necessariamente fácil de fazer, mas é possível. Já foi feita em outros países da região, e temos confiança de que continuaremos com isso.

Renato, eu não sei se você quer acrescentar alguma coisa.

Renato De Giorgi – Grupo Biotoscana – EVP, Business Development

Só para completar a ideia do Mariano, três áreas de negócios bem interessantes para nós, hepatite C e B, HIV e antifúngicos, com Ambisome. E, em geral, os males deste contrato são muito melhores que o contrato que temos com a Gilead no Brasil, porque temos Ambisome e temos os dois canais: o canal privado e o canal de governo.

Vinicius Figueiredo – Itaú BBA

Está ótimo. Muito obrigado.

Operadora

Lembrando que para fazer perguntas, basta digitar *1.

O Sr. Matheus Henrique Alves Moura da HIX Capital gostaria de fazer uma pergunta.

Matheus Henrique Alves Moura – HIX Capital

Obrigado por pegarem a minha pergunta.

Eu gostaria de entender um pouco, dado o que vocês entregaram de Abraxane e Halaven neste trimestre, quanto isso representa mais ou menos do potencial que vocês enxergam para esse negócio? Eu sei que ainda está muito cedo, vocês veem potencial em cinco anos, mas só para dar uma cor de quanto ainda tem de espaço para andar.

Mariano Garcia-Valiño – Grupo Biotoscana – CEO

Tem muito espaço para andar. No 1T, temos indicações boas do mercado. Na verdade, temos os *quotes* dos médicos; na apresentação, você pode ver algumas das *quotes* de médicos importantes do Brasil, o que eles falam dos produtos. E estamos com muito mais pacientes do que esperávamos. Estamos, no 1T, já com mais de 200 pacientes de Halaven, por exemplo, e mais de 200 também de Abraxane.

Isso é avanço muito bom, mas falta muito para percorrer, tanto na penetração de pacientes, quanto no fato de ainda termos indicações muito limitadas para ambos. No Abraxane, temos somente pâncreas, que é a menor indicação do Abraxane. Precisamos ter também *signing* para pulmão e mama, indicações muito maiores. Então, ainda há muito espaço para percorrer lá. E em Halaven, por ora temos apenas indicação para a terceira linha de câncer de mama, mas estamos passando para a segunda linha de câncer de mama, que é um mercado muito maior.

O que estamos vendo nos primeiros trimestres é uma penetração muito boa e boas perspectivas para os produtos, e também para o Lenvima, para ser honesto. Mas ainda há muito para penetrar.

Matheus Henrique Alves Moura – HIX Capital

Entendi. Muito obrigado. Se me permitirem fazer um *follow-up* sobre o *deal* recente fechado com a Gilead, vocês poderiam comentar o que tem de desembolso de investimento de CAPEX relacionado a esse *deal*?

E também, se puderem comentar, quantos por cento do potencial que vocês enxergam dele são de coisas de receita imediata, que vocês já podem vender?

Mariano Garcia-Valiño – Grupo Biotoscana – CEO

A primeira pergunta é bem fácil. Eu vou responder e depois passo a segunda para o Renato. Não pagamos nada de *upfront*. Então, temos aumento zero de CAPEX para este contrato. A segunda parte, Renato, você sabe? Mais ou menos 1/3 dos produtos já está no mercado.

Renato De Giorgi – Grupo Biotoscana – EVP, Business Development

Em quantidade de produtos, não o potencial de gerar receita. Os melhores produtos são os produtos novos de HIV e de hepatite C, que temos que lançar em 2018 e 2019. Esses são os produtos mais interessantes, com maior potencial de receita. São produtos bem inovadores, combinações melhores, mais receptivas, de maior superioridade.

Então, do ponto de vista de produtos, sim, já lançamos 1/3 dos produtos a serem lançados, mas do ponto de vista de geração de receita o potencial é muito maior.

Matheus Henrique Alves Moura – HIX Capital

Entendi. Só para confirmar, os produtos novos, do ponto de vista de receita, representam, por exemplo, mais da metade do que vocês enxergam de receita potencial do *deal*?

Renato De Giorgi – Grupo Biotoscana – EVP, Business Development

Deveria ser.

Matheus Henrique Alves Moura – HIX Capital

Obrigado.

Operadora

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Mariano para as considerações finais.

Mariano Garcia-Valiño – Grupo Biotoscana – CEO

Muito obrigado. Já falamos bastante neste *call* e também no *call* em inglês. Acho que o *earnings release* também é bastante denso, então talvez leve alguns dias para alguns de vocês terem perguntas. Estamos sempre disponíveis para mais. Muito obrigado pelo tempo.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de Relações com Investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”