

TRANSCRIÇÃO EDITADA DA TELECONFERÊNCIA

RESULTADOS DO 2T18

GBT (GBIO33 BZ)

15 DE AGOSTO 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 segundo 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. Boa tarde a todos e bem-vindos à nossa teleconferência para discutir os resultados do segundo 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 dúvidas no final da teleconferência.

Vamos passar para o slide de número 2. Aqui, podemos ver os destaques dos resultados para o segundo trimestre de 2018 e o primeiro semestre do ano. Como podem ver, as receitas evoluíram positivamente, com um crescimento de dois dígitos no *top line*, registrando uma receita bruta de 981 milhões reais nos últimos 12 meses ou um crescimento de 33% em moeda constante.

Como sabem, a tradução é um fator importante e, particularmente neste trimestre, foi muito volátil para pesos argentinos e reais brasileiros. Na parte inferior do slide, vocês podem ver todos os componentes de crescimento, incluindo o efeito FX.

Todas as moedas valorizaram em relação a reais, com exceção dos pesos argentinos, gerando um efeito líquido de 15 milhões de reais de perda cambial. Isso prova que ser uma companhia pan-regional ajuda a "hedgear" os riscos de um país em particular, como vocês podem ver claramente nesse trimestre. Este é também um *reminder* de que nunca podemos focar muito ou tirar conclusões de um trimestre apenas.

Neste trimestre, também descontinuamos os negócios da Actelion. Como parte da negociação, vendemos o estoque remanescente para a Johnson & Johnson com uma pequena margem de cerca de 22%. Isso resultou em uma receita única de 34,2 milhões. Se retirássemos isso dos nossos números, nosso crescimento em moeda constante teria sido de 24%.

No que diz respeito aos componentes do crescimento, há businesses que normalmente excluimos do nosso crescimento orgânico, como o efeito de M&A, negócios de curto prazo como SOVALDI, a licitação de HIV da LKM que passou para o segundo trimestre e no ano passou ocorreu inteiramente no primeiro trimestre e, neste caso, também excluimos a Actelion, já que não é totalmente comparável nos dois trimestres. Excluindo todos esses efeitos distorcem a realidade, o crescimento orgânico da empresa teria sido de 17%.

É importante notar que todos esses efeitos excluídos são, na verdade, positivos. Se não os excluíssemos, teríamos marcado um crescimento "orgânico" de 24%, mas acreditamos que esses ajustes refletem nosso melhor julgamento sobre como o crescimento core da empresa deve ser analisado. Claro que outras interpretações são possíveis e sei que alguns de vocês podem fazer isso de maneira diferente, mas, como de costume, estamos sendo transparentes em todos os componentes para que qualquer um possa construir seus *ratios* preferidos.

Nossas margens continuam saudáveis e melhorando ligeiramente em todos os níveis. No gráfico superior direito deste slide, vocês podem ver a evolução da margem bruta e das margens EBITDA nos últimos 5 trimestres. Terminamos o trimestre com margem bruta de 53%, estável em comparação com o segundo trimestre de 2017. O EBITDA ficou em 25%, aproximadamente 380 bps acima do segundo trimestre de 2017. Essa melhoria vem principalmente da qualidade de nossas receitas, que dependem menos de produtos de margens baixas e o impacto positivo da adição do portfólio da DOSA.

As despesas operacionais estão em linha como resultado da transferência de recursos das linhas mais antigas para os novos produtos.

Apesar do impacto negativo da volatilidade da moeda durante o primeiro semestre do ano, no semestre terminamos com uma taxa de conversão muito forte do fluxo de caixa operacional para o EBITDA de 84%, um aumento de 1.600 *basis points* em relação ao primeiro semestre do ano passado.

Em termos de produtos, nosso portfólio continua seguindo suas tendências gerais. Ambisome, nosso maior produto, continua a mostrar um desempenho sustentável. O Vidaza continua com desempenho de dois dígitos e, em geral, nossas linhas são estáveis e seguem suas tendências anteriores.

É importante notar o *boost* que já estamos recebendo de novos produtos, que contribuíram com 60% dos 27 milhões de reais de receita orgânica agregada. Tenha em mente que estamos apenas no processo de lançá-los em toda a região, algo que ilustra claramente o forte potencial do nosso pipeline. Continuamos a executar efetivamente nosso pipeline. O LENVIMA foi lançado antes do prazo e a demanda está aumentando. O feedback que ouvimos da comunidade médica é consistente com o entusiasmo global por essa droga. Também recebemos a aprovação do CRESEMBA e do ZEVTERA no Peru, o que deve levar ao lançamento dentro deste ano no país. Renato vai falar sobre isso em alguns minutos.

Além disso, estamos trabalhando nos planos de lançamento e marketing dos produtos Gilead para a região andina, conforme o acordo que assinamos recentemente. Muitos desses produtos já estão registrados e vendidos nesses mercados, e vocês podem ver as vendas de alguns deles em nosso P&L imediatamente neste trimestre. Renato e Julieta também comentarão mais detalhes.

Finalmente, nossas geografias, em geral, crescem todas a uma taxa de dois dígitos no trimestre. O Brasil está evoluindo em ritmo acelerado, mostrando 15% de crescimento da receita líquida no trimestre, a receita líquida da Argentina cresceu 97% e o restante dos países, ao todo, registrou um crescimento de 21%. É importante notar que, em média, grande parte do nosso crescimento vem do aumento do volume, não de preços.

Em suma, como vocês podem ver, este foi um trimestre muito positivo. Isso enfatiza, mais uma vez, que nosso pipeline começa a mostrar seu potencial. Estamos certos de que vocês verão mais disso nos próximos trimestres.

Estamos montando algumas iniciativas para fornecer mais informações sobre o negócio e ajudá-los a avaliar a empresa. Nesse sentido, arquivamos ontem, junto com o release de resultados, um documento suplementar sobre o pipeline, onde podem ver o status do nosso pipeline e os processos em andamento por país, com o tempo estimado de comercialização, que acreditamos que ajudará a modelar o GBT.

Estarei disponível para responder 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

Obrigado, Mariano e boa tarde a todos.

Como o Mariano mencionou, temos informações mais detalhadas sobre nossos produtos e pipeline.

Passando para o slide 3, vocês podem ver as principais novidades. O *profile* do Lenvima continuar a expandir seu potencial, avançando com novas indicações. No Brasil, solicitamos o registro de carcinoma de células renais avançado no segundo trimestre do ano passado. E este ano para Carcinoma de células hepáticas. No começo desse ano, o FDA concedeu designação de terapia inovadora para Lenvima em combinação com Keytruda para o tratamento de carcinoma metastático ou avançado de células renais. Notavelmente, essa mesma combinação já recebeu 3 designações de *breakthrough* pelo FDA e está sendo investigada para outras 11 indicações em 6 tipos de câncer.

Halaven também está expandindo suas indicações. Durante a ASCO este ano, houve um estudo de Halaven em combinação com trastuzumab como terapia de primeira linha para câncer de mama HER-2 avançado ou metastático positivo que mostrou ser uma boa opção em comparação com outras combinações mais tóxicas. Nós já submetemos o pedido para designar Halaven como monoterapia de segunda linha no tratamento de pacientes com câncer de mama metastático, para poder promover com essa indicação ao invés de terceira linha, como é atualmente aprovado.

Recebemos boas notícias sobre Cresemba e Zevetra, com aprovação de registros no Peru e, se tudo correr bem, o lançamento deve ocorrer durante esse ano no país.

Durante este trimestre, como a maioria de vocês sabem, assinamos uma extensão significativa de nossa parceria com a Gilead para a região andina, incluindo cinco países. A parceria nos dá direito ao pipeline de produtos Hepatite C e HIV da Gilead, incluindo BIKTARVY, para a Colômbia, que foi lançado este ano nos Estados Unidos e, de acordo com analistas, tem o potencial de atingir um *peak sales* de mais de 5 bilhões de dólares.

Falando em parceria da Gilead, o Epclusa foi aprovado no Brasil neste trimestre. Continuamos sendo o parceiro estratégico de escolha da Gilead para o Brasil. Estamos vendendo SOVALDI no Brasil há algum tempo e logo começaremos a comercializar o HARVONI em canais e clientes específicos. Ainda não fechamos um contrato com a Gilead para o EPCLUSA, mas as discussões estão em andamento. O papel do GBT em relação ao EPCLUSA será determinado com base nos resultados das negociações da Gilead com o Governo Federal brasileiro em relação às novas diretrizes de Hepatite C.

Em termos de genéricos de marca, estamos evoluindo com a estratégia de geo-expansão e as mudanças em P&D, com foco em complementar nosso pipeline licenciado.

Durante o segundo trimestre do ano, dedicamos um grande esforço a lançamentos de produtos, eventos promocionais de produtos e de desenvolvimento de negócios para a busca de moléculas inovadoras. Indo para o slide 4, você pode ver nossa atualização comercial e os eventos que organizamos ou participamos.

Participamos do Encontro da *American Society of Hematology* - ASH - no Rio de Janeiro, onde pudemos ouvir e discutir as últimas atualizações em pesquisa de hematologia maligna e não-maligna e fortalecer e construir nossa rede com os principais hematologistas da região.

Também participamos da ASCO, um congresso mundial de oncologia com um stand para o GBT.

Organizamos dois outros eventos no trimestre - um programa educacional com Gilead sobre infecções fúngicas invasivas e um congresso de virologia na Colômbia.

Passando para o slide 5, vocês podem ver a atualização no lado do desenvolvimento de negócios. Durante o segundo trimestre e ao longo do ano, nossa equipe tem sido muito ativa na descoberta de novos parceiros e moléculas em potencial.

Uma das estratégias que estamos analisando em algumas linhas terapêuticas nas quais temos portfólio inovador limitado, é a busca por produtos FDF (*final dosage formulation*), o que significa complementar nossas moléculas inovadoras com genéricos de marca já aprovados pelo FDA ou EMA, que podem chegar ao mercado Latam mais rapidamente. Com isso em mente, participamos do CPhI nos EUA e também participaremos na Europa, para encontrar produtos de formulação de dosagem completa para complementar nossos inovadores portfólios de Neurologia e Antifúngicos.

Nossa visita à Sociedade Americana de Microbiologia, a conferência de microbiologia mais importante do mundo, foi muito produtiva, pois realizamos reuniões com potenciais parceiros de moléculas inovadoras na área de antibióticos e equinocandinas.

Hoje nosso pipeline de anti-infecciosos contém a maioria das moléculas disponíveis para licenciamento na América Latina. Dentro do nosso negócio de anti-infecciosos, uma área adjacente que começamos a explorar é o Diagnóstico. Atualmente, como primeiro passo, estamos olhando as oportunidades que existem de licenciar testes de detecção de doenças fúngicas invasivas. Isso ainda é somente uma avaliação e não temos nada definido.

Nossa participação na ASCO continua aumentando a cada ano. Esse ano realizamos importantes reuniões de negociação com parceiros em potencial de oncologia e onco-hematologia. Com base na nossa experiência com a Eisai, começamos a olhar além das empresas farmacêuticas tradicionais com sede nos Estados Unidos e na União Europeia e a buscar moléculas inovadoras desenvolvidas por empresas japonesas que não têm presença comercial na região.

Também identificamos nossos *white spaces* em oncologia e aproveitamos a ASCO para entrar em contato com potenciais parceiros para câncer de próstata, de cólon retal e pulmão. Com essas novas indicações, chegamos a uma lista de mais de 30 moléculas inovadoras tanto no estágio comercial quanto na fase 3, que avaliaremos e buscaremos durante este ano.

Nossa terceira participação consecutiva na conferência *Jefferies Health*, em Nova York, foi muito essencial para identificar e confirmar as tendências do mercado de saúde a médio e longo prazo, e mais importante estabelecer primeiro contato com empresas para buscar oportunidades nos estágios iniciais da fase 3 na linha de respiratórios. Esses produtos inovadores que complementam nossas capacidades em PAH – Hipertensão Arterial pulmonar, CF – Fibrose Cística, CPOD – Doença Obstrutiva Crônica Pulmonária, e Asma podem estar disponíveis comercialmente depois de 2021. Outra tendência que vemos claramente é a participação de empresas chinesas no desenvolvimento de moléculas inovadoras. A médio prazo, acreditamos que a China se tornará uma fonte de inovação no setor de saúde e, em antecipação a essa tendência, começamos, juntamente com o apoio de uma consultoria especializada, a desenhar o mapa da inovação na China.

Em termos do nosso fluxo de negócios com potenciais parceiros, indo para o slide número 6, como vocês podem ver, seguimos nos esforçando para garantir acesso constante a produtos de alto nível e avançamos em todas as áreas terapêuticas, especialmente onco-hematologia, com *deals* avançando para fase de *due diligence* e *closing* em câncer de ovário, CLL - Leucemia Linfocítica Crônica, MDS - Síndrome Mielodisplásica, AML - Leucemia Mieloide Aguda, MM - Mieloma Múltiplo e vários antibióticos inovadores e produtos respiratórios, com perspectiva de fechamento positiva para o segundo semestre de 2018 e início do próximo ano.

Agora vou passar para a Julieta, que falará sobre nosso desempenho operacional.

Julietta Serna – Grupo Biotoscana – EVP, LatAm

Obrigado, Renato e bom dia a todos.

Comentarei sobre nosso desempenho operacional e no slide 7 vocês podem ver os destaques do P&L. Eu explico o *top line* e passo para a Raquel falar sobre os resultados financeiros.

Passando para o slide 8, temos a ponte com os componentes de crescimento separado por safra de produto. O *top line* cresce de maneira consistente. Apresentamos crescimento *double-digit* para receita bruta de 33%.

Como Mariano mencionou, nossa aceleração do crescimento vem, principalmente, de novos produtos. Os lançamentos tiveram aumento de mais de 100% no trimestre, com moléculas de grande potencial como Halaven e Abraxane com excelente penetração de mercado e o lançamento do portfólio da Gilead em alguns países.

Produtos que já atingiram *peak sales* cresceram por volta dos 30% e produtos maduros tiveram um crescimento de 8% no trimestre e uma pequena queda no semestre, como é normal para produtos de mais de 10 anos.

Podemos ver também o nosso crescimento por tipos de produto. No slide 9 temos esse *breakdown*.

Depende do trimestre e do mix de produtos vendidos, mas, no geral, entre 20 e 40% da nossa receita vem de produtos próprios, que são *branded generics*. Esses produtos cresceram cerca de 17% no semestre em termos nominais.

A estratégia de combinar licenças com *branded generics* é uma forma de fortalecer nosso posicionamento nos segmentos que operamos, aumentando expertise em certas linhas terapêuticas e a visibilidade entre médicos e pacientes. Também pode ser um fator importante para atrair novos contratos de licenciamento, já que nos dá força para expandir nossos portfólios e o potencial de *cross-selling* é uma vantagem.

Continuamos focados em onco e onco-hematologia, como nossa linha terapêutica mais representativa, doenças raras com as linhas de respiratório e CNS como novas áreas de crescimento potencial e doenças infecciosas que também tem uma perspectiva positiva com os produtos recém adicionados de Gilead.

Indo para o slide 10, temos nossas vendas líquidas por país. No geral, tivemos um crescimento sólido do *top line* por volta de 40% em moeda constante.

Em termos de países, Argentina vem performando bem, com crescimento de 60% no trimestre excluindo o portfólio da Actelion. Esse crescimento vem principalmente da boa performance da linha do Dr. Falk e dos produtos próprios de oncologia e respiratório.

As pressões de preços, como já discutimos diversas vezes, vêm aumentando na Argentina há algum tempo. Como exemplo, o PAMI (HMO dos aposentados e a maior pagadora do país) emitiu licitações públicas para alguns medicamentos oncológicos no mês passado, pela primeira vez em sua história. Tradicionalmente, o PAMI tinha um formulário de marca aberta, que decidia comprar inteiramente com base em receita médica. Participamos da licitação de oncologia e ganhamos cerca de 30% de toda licitação, nos colocando como a empresa mais relevante no processo. Isso terá impacto em nosso *top line*, embora esperemos que seja neutro em nosso *bottom line*. A maneira como isso funciona é: seremos um provedor semi-exclusivo para os medicamentos, com maior volume e menor preço. Além disso, economizaremos custos promocionais significativos pelo fato de não precisarmos competir pelas prescrições. Em suma, prevemos que o nosso EBITDA para esses medicamentos permanecerá o mesmo. Essa licitação ainda está em suas primeiras fases de execução, então isso é apenas uma suposição do que acreditamos que vai acontecer. Veremos seus efeitos somente em trimestres posteriores.

O Brasil teve um crescimento de 15% no trimestre. Tivemos a greve dos caminhoneiros em maio, que afetou apenas as vendas e reconhecimento de receita no mês, mas conseguimos recuperar, confirmar e entregar todas as ordens em junho.

Os novos produtos estão indo bem e estamos trabalhando em diversos eventos e no lançamento da linha de CNS com Fycompa e Inovelon. O portfólio base cresceu *double-digit*, com performance sólida de Ambisome e Vidaza. No semestre tivemos um

crescimento de um dígito impactado especialmente pela falta dos produtos de Abraxane e Halaven, que agora já foram resolvidos.

Na Colômbia colocamos em prática um plano de turnaround agressivo no primeiro trimestre desse ano, que estamos vendo os resultados. Excluindo toda venda de produtos Actelion, conseguimos crescer cerca de 16%, mesmo com a regulamentação do controle de preço que afetou preços desde começo de 2018. Comparando com o primeiro trimestre desse ano o crescimento foi de cerca de 60%.

Essa estabilização e melhoria contínua está relacionada ao lançamento de Zyvalix em abril, que é o primeiro genérico de abiraterona no mercado e ao início das vendas da franquia de Hepatite C e HIV da Gilead. Como sabem, em maio assinamos um acordo e começamos comercialização de vários produtos em junho.

O México continua indo bem com o Abraxane, com crescimento de quase 60% versus primeiro trimestre de 2018. O *franchise* de oncologia está consolidando e acelerando o crescimento do *top line*. Além disso, nós já submetemos para registro na COFEPRIS, os dossiers de Cresemba e Zevtera e os registros de transferência para Fycompa e Inovelon.

O resto das operações, no geral, está indo bem, com crescimento de dois dígitos em Bolívia, Chile, Paraguai, Equador e Uruguai. Juntos, o crescimento foi de 39% no trimestre.

Isso se deve principalmente ao desempenho positivo das nossas linhas de genérico de marca de onco-hematologia, gastroenterologia e de doenças severas pulmonares na região.

O Peru foi o único país que apresentou uma queda no comparativo trimestral. Isso se deve à maturação do portfólio combinado com uma competição de preço mais forte por nossos produtos BGx de onco-hematologia no mercado público. Estamos realinhando nossas capacidades comerciais para apoiar os novos lançamentos e as novas linhas que temos lá, como a linha HEPC e HIV da Gilead que assinamos neste trimestre. Nosso time já está operando esses produtos. Também contratamos um novo Country Manager em junho, com profunda experiência na área farmacêutica e em nossas principais áreas terapêuticas - infectologia e onco-hematologia. E nós completamos a nova equipe comercial de Infectologia e Virologia.

Quanto a novos lançamentos, como mencionou Renato, no segundo trimestre obtivemos a aprovação de comercialização de Zevtera e Cresemba da autoridade sanitária peruana e estamos preparando seus lançamentos.

Antes de passar para Raquel, quero mencionar sobre nossas margens. O lucro bruto cresceu 40% e nossas margens continuam resilientes com margem bruta de 53%, ainda acima da média de 50. Isso é reflexo de um melhor mix de produtos e canais de venda e dos novos produtos que tem melhores margens.

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

Raquel Balsa – Grupo Biotoscana – CFO

Obrigado Julieta. Olá a todos.

No slide 11, o OPEX recorrente subiu impactado principalmente pela aquisição da DOSA que contribuiu com aproximadamente 5 milhões de reais para a linha de OPEX junto com as seguintes despesas:

- Aumento em despesas de P&D que estão relacionadas à adição de novos produtos para registro, preparação de dossiers e despesas da Dosa.
- As despesas com vendas e marketing recorrentes aumentaram devido a investimentos em marketing para o lançamento de novos produtos e despesas de vendas e marketing da DOSA.
- M&A aumentou no comparativo trimestral por conta da transação da Dosa e despesas de integração.

- O aumento nas despesas de G&A é explicado principalmente pelo acréscimo das despesas com DOSA, despesas pessoais devido a *stock option* para o management e reestruturação do management no Peru, entre outras despesas, como viagem e gastos relacionados, aluguel, entre outros.

Como percentual da receita líquida, as despesas operacionais recorrentes diminuíram 360 *basis points* quando comparado com o mesmo trimestre do ano passado.

No slide 12, temos a performance do nosso EBITDA. Como a Julieta comentou, as margens continuam melhorando, relacionado a uma mudança de melhor mix de receita.

O EBITDA ajustado dos últimos doze meses está por volta de 225 milhões de reais. No trimestre, o EBITDA teve crescimento de 66% e quase 400 *basis points* de expansão de margem, com 25% de margem EBITDA.

Passando para o slide número 13, no topo do slide vemos um maior resultado financeiro afetado pela perda de variação cambial. Como sabem, todas as moedas se valorizaram frente ao REAL, exceto o peso argentino.

A hiperinflação contínua da Argentina levou a uma desvalorização da moeda no final do ano passado até o final do segundo trimestre deste ano é de 44% contra o dólar, o que afeta as despesas de câmbio *intercompany* e entre terceiros. O impacto negativo de terceiros na Argentina está relacionado a passivos comerciais e passivos de M&A em dólares, já que a subsidiária argentina tem sua moeda funcional em pesos argentinos. Como resultado positivo *intercompany*, temos a venda do BGx para todas as subsidiárias em dólares na Argentina. Mas esse efeito positivo foi completamente compensado pelas perdas por variação cambial originadas nas contas a receber *intercompany* no Uruguai, já que a venda de produtos licenciados do Uruguai para cada subsidiária é realizada em moeda local e o Uruguai usa o Dólar como moeda funcional.

Passando para a taxa de imposto efetiva, após isolar os *stock grants* e os juros não dedutíveis alocados no Brasil (que atualmente implica em prejuízo fiscal), ficamos em 24%. Quando retiramos desse cálculo os ganhos e impostos da DOSA juntamente com a diferença cambial não dedutível alocada no Uruguai (o que foi significativo em função da alta volatilidade ao longo do trimestre), a atual alíquota efetiva do trimestre teria sido de 13% e de 17% no semestre.

No slide 14, o lucro líquido ajustado foi de 32 milhões de reais, um aumento de 380% em comparação com o segundo trimestre de 2018, e uma margem líquida de 13%, com expansão de margem de 900 *basis point*.

Isso é impulsionado por uma receita operacional mais alta, com sólido desempenho de nossas operações no trimestre e no acumulado do ano, e também é explicado pelo cancelamento das PECs e pela reestruturação da dívida pendente (cancelamento da dívida da Colômbia e novas dívidas contratadas na Argentina e no Brasil) que contribuíram positivamente para uma menor taxa efetiva de imposto de renda.

Indo para o slide 15, o fluxo de caixa operacional totalizou 92 milhões de reais, uma melhora de mais de 60% ano contra ano, refletindo uma taxa de conversão para o EBITDA ajustado de 84%.

Depois de isolar itens extraordinários, como uma retificação de imposto de renda na DOSA, regularizando contingências passadas de ex-proprietários, despesas de integração e reorganização pagas, nossa taxa de conversão para o EBITDA ajustado teria sido de 93%. E excluindo os efeitos de volatilidade cambial, nossa taxa de conversão para o EBITDA ajustado teria sido de 112%. Como pode ver, tivemos uma boa taxa de conversão para EBITDA ajustado no semestre, mas nossos números históricos sugerem que uma geração de caixa operacional normalizada estaria oscilando entre 65% e 75%.

O ciclo de conversão de caixa atingiu 24 dias no 2T18.

O DSO (dias de contas a receber) apresentou uma melhora de 40 dias em relação ao primeiro trimestre de 18. A redução decorre principalmente da melhoria do desempenho da cobrança e da desvalorização do Peso argentino versus reais que diminuíram nossas Contas a Receber durante o período.

O DIO (dias de estoque) teve uma melhora de 56 dias em relação ao primeiro trimestre de 18, impulsionada principalmente pela venda do estoque de produtos da Actelion durante o trimestre.

DPO (dias de contas a pagar) melhorou em 9 dias, relacionado principalmente com a volatilidade cambial estrangeira que impacta as contas a pagar em dólares americanos na Argentina (despesas de câmbio) e no Uruguai (resultados de tradução), juntamente com os dias estendidos do Contas a Pagar.

Com relação ao CAPEX: Nosso CAPEX de intangível é cerca de 4% da receita líquida no trimestre. Esses investimentos são referentes à *milestones* e taxas de registro para Basilea e Pierre Fabre, e também alguns softwares de TI e os sistemas de reporte ERP que estamos instalando em todos os países, seguindo com a nossa estratégia de integração.

Em relação aos financiamentos, passando para o slide 16, a taxa de conversão da dívida líquida pelo EBITDA ajustado foi 0.4x no trimestre, impactado pela melhora do caixa no período, nos deixando com uma dívida líquida de 100 milhões de reais.

A taxa de conversão do EBITDA ajustado sobre as despesas com juros foi de 4.8x, o que mostra nossa excelente capacidade de pagamento.

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. Guilherme Palhares do BTG Pactual gostaria de fazer uma pergunta.

Guilherme Palhares – BTG Pactual

Obrigado por pegarem a minha pergunta. Primeiro, gostaria de agradecer pelo suplementar do *release*, ficou muito bom para a modelagem. Gostaria de perguntar sobre a extensão do contrato da Gilead, que aconteceu recentemente. Queria entender exatamente quantos por cento da receita deste trimestre vieram dessa extensão de contrato.

Mariano Garcia-Valiño – Grupo Biotoscana – CEO

Bem pouco, porque são produtos novos. Não foi o trimestre inteiro, foi apenas um mês. Na página 17 do Earnings Release temos as vendas Sovaldi, Harvoni e toda a linha de HIV, abertos por país e por produto.

Guilherme Palhares

Obrigado pessoal.

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

Obrigado a todos. Acho que a maior parte de vocês também acompanhou a conferência desta manhã, em inglês. Eu só vou repetir o que falamos na primeira conferência, que, obviamente, esse é um trimestre com números muito bons. Estamos muito felizes em ver bons números, mas, por favor, lembrem-se sempre que um só trimestre não é representativo de uma Companhia como essa, que faz as coisas em longo prazo e trabalha para longo prazo. Assim como um trimestre não tão bom não é muito representativo, um trimestre muito bom também não é. Mas é lógico que bons números são melhores que ruins.

Eu acho que é importante para vocês olharem o nosso earnings release. Nós demos muito mais informações neste earnings release que em outros em produtos novos. Esse é o coração da companhia.

E acho que produtos como Abraxane, Halaven e Lenvima, vocês já estão vendo como fazem a diferença em muito pouco tempo em nossas vendas e o nosso lucro. Isso é o que marca o potencial da Companhia e o que vocês verão nos próximos trimestres.

Acho que é isso, pessoal. Muito obrigado.

Operadora

A teleconferência do Grupo Biotoscana está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham uma boa tarde.

“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”