

TRANSCRIÇÃO EDITADA DA TELECONFERÊNCIA
RESULTADOS DO 3T18
GBT (GBIO33 BZ)
13 DE NOVEMBRO DE 2018

PARTICIPANTES CORPORATIVOS

Federico Wintour – Grupo Biotoscana – CEO

Raquel Balsa – Grupo Biotoscana – CFO

Renato de Giorgi – Grupo Biotoscana – EVP, Business Development

Román Saglio – Grupo Biotoscana – EVP, Marketing

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 terceiro trimestre de 2018. Hoje conosco temos o Sr. Federico Wintour, CEO do Grupo Biotoscana e a equipe de diretoria executiva.

A apresentação está disponível para download no site da companhia, www.ri.grupobiotoscana.com.

Informamos que este evento está sendo gravado e que, durante a apresentação, 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.

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.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Federico Wintour, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Federico, pode prosseguir.

Federico Wintour – Grupo Biotoscana – CEO

Obrigado... Boa tarde a todos e bem-vindos à nossa teleconferência para discutir os resultados do terceiro trimestre de 2018.

Hoje, comigo, temos a Raquel Balsa, nossa CFO, o Renato De Giorgi, nosso Diretor de Novos Negócios, a Julieta Serna, nossa VP da região da América Latina, o Román Saglio, nosso Diretor de *Marketing & Alliance Management*, Melissa Angelini, Head de RI 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 deste call.

Antes de explicar os resultados em geral, como esta é a minha primeira teleconferência com a Companhia, gostaria de agradecer ao ex-CEO por todas as suas realizações. Em segundo lugar, gostaria de compartilhar com vocês meu background e algumas de minhas impressões depois de estar aqui por quase 3 meses.

Tenho 30 anos de experiência na indústria farmacêutica e trabalhei em muitos países da América Latina. Trabalhei para grandes empresas farmacêuticas e gerenciei mais de 20 países e 50 parceiros em vários países da América Latina.

Como eu disse antes, estou aqui na Biotoscana há somente alguns meses e acredito firmemente que esta é uma empresa incrível, com uma grande perspectiva em relação ao futuro. Estamos bem posicionados no mercado de especialidades e contamos com um sólido pipeline contratado. Temos a experiência e os recursos para navegar por vários ciclos econômicos e um modelo de negócios bem equilibrado entre licenças e genéricos de marca que nos proporcionam boa flexibilidade.

Estamos no caminho certo, por isso não mudaremos nossa estratégia. Vamos nos concentrar em novos lançamentos para garantir que nossos produtos estejam bem posicionados e que o mercado esteja bem informado sobre a eficácia, segurança e tolerabilidade de todos eles. Também nos concentraremos na maximização das vendas orgânicas e continuaremos a gerenciar nossos custos de maneira responsável, garantindo que os controles continuem sendo os melhores e que nossos recursos sejam gastos da maneira mais eficiente.

Finalmente, a Argentina foi categorizada como economia hiperinflacionária e como consequência, a partir deste trimestre, temos que ajustar os resultados aplicando as regras de hiperinflação de acordo com o IFRS. É importante dizer que esta nova metodologia não é comparável com o último trimestre; portanto, continuaremos a usar valores constantes para explicar nossos resultados operacionais reais. A Raquel dará mais detalhes sobre o impacto, mas, no geral, as vendas líquidas ajustadas pela hiperinflação na Argentina ficaram em 166 milhões de reais, com um EBITDA de 39 milhões de reais (em outras palavras, uma margem de 24%). Para a Argentina, embora no curto prazo precisamos ser cautelosos, temos uma perspectiva positiva de médio e longo prazo.

Agora, vou falar sobre os principais destaques do trimestre. Passando para o slide número 2, temos os destaques da Receita Líquida do terceiro trimestre de 2018 e do acumulado do ano. Como vocês podem ver, nosso crescimento orgânico foi de 7% tanto no trimestre quanto nos primeiros nove meses do ano. É importante ressaltar que o Sovaldi está impactando esse crescimento de maneira negativa.

Com relação aos componentes do crescimento, como todos vocês estão acostumados a ver em nossos resultados, há negócios que normalmente excluimos do nosso crescimento orgânico, como o efeito de M&A (no nosso caso, a aquisição da Dosa) e negócios descontinuados, que é a Actelion, como vocês sabem.

Como entendemos que muitos de vocês consideram o Sovaldi parte de nossas operações orgânicas, estamos mostrando nosso crescimento orgânico, incluindo o Sovaldi. É claro, é importante notar que o Sovaldi, como muitos de vocês sabem, tem um ciclo de vida completamente diferente do resto do portfólio, já que a demanda reprimida que ocorreu nos anos anteriores não acontecerá novamente. Excluindo o Sovaldi, nosso crescimento orgânico teria sido de 15% no trimestre, impulsionado pelo lançamento de novos produtos e o portfólio base.

Em geral, nossa linha de produtos continua com sua tendência geral. Produtos lançados recentemente estão crescendo e nosso portfólio base está crescendo também.

O Ambisome continua com um desempenho sustentado; o Vidaza continua com desempenho de dois dígitos e, em geral, nossas linhas estão estáveis e continuam suas tendências anteriores. Os novos produtos estão na fase inicial do *ramp-up*, estamos no processo de lançá-los em toda a região, algo que ilustra o forte potencial de médio a longo prazo do nosso pipeline. Continuamos comprometidos com a execução efetiva do nosso pipeline e em estabelecer a base adequada para posicionar corretamente todos esses excelentes produtos.

Nossas margens continuam saudáveis e melhorando levemente em todos os níveis.

No slide 3, você pode ver os destaques do P&L e todo o *breakdown* mostrando o impacto do ajuste da hiperinflação, o impacto cambial e os números e crescimento em moeda constante para as principais contas. A Raquel explicará esses ajustes daqui a pouco.

Encerramos o trimestre com 51% de margem bruta, um pouco acima do terceiro trimestre de 2017. A margem EBITDA ajustada foi de 24%, 283 *basis points* acima do terceiro trimestre de 2017. Essa melhora decorre principalmente da qualidade de nossas receitas, que dependem menos de produtos de baixa margem 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.

Com isso, como vocês podem ver, este foi um trimestre positivo.

À medida que nos aproximamos do final do ano, continuaremos a nos esforçar para seguir nossa estratégia, que permanece inalterada, como eu já disse antes. Além disso, continuamos comprometidos em trabalhar na execução do pipeline e lançamento de novos produtos.

Eu estarei disponível para responder perguntas no final deste call, mas agora, gostaria de pedir ao Renato de Giorgi, diretor de novos negócios, para comentar sobre o nosso portfólio e pipeline.

Renato De Giorgi – Grupo Biotoscana – EVP, Business Development

Obrigado, Federico e boa tarde a todos.

Como o Federico mencionou, temos informações mais completas sobre produtos e pipeline.

Passando para o slide 4, vocês podem ver os principais destaques. O escopo de Lenvima continua a se ampliar. No Brasil, recebemos a aprovação para a indicação de carcinoma de células renais avançado.

Halaven também está expandindo suas indicações. Recebemos aprovação para considerar Halaven como monoterapia de 2ª linha no tratamento de pacientes com câncer de mama metastático. Com essa expansão de indicação, Halaven agora poderá contribuir em um estágio anterior no tratamento de câncer de mama metastático no Brasil.

Cresemba e Zevtera estão sob registro no Brasil, Colômbia, Chile, Equador e México. No Brasil, Cresemba recebeu status de medicamento órfão e esperamos receber aprovação no início do próximo ano ou até o final deste ano.

O portfólio da Gilead para a região andina está indo bem e já está contribuindo com receitas em alguns países.

Falando sobre a parceria da Gilead, assinamos um contrato de extensão com a Gilead para o Eplusa no Brasil em outubro. A dinâmica desse contrato será a mesma que Sovaldi e Harvoni

Em termos de *branded generics*, estamos evoluindo com a estratégia de geoexpansão e a reformulação de P&D, com foco em complementar nosso pipeline de licenciados.

Durante este último trimestre, continuamos a dedicar grande parte dos esforços em lançamentos de produtos, eventos promocionais e de desenvolvimento de negócios e reuniões para a procura de moléculas inovadoras. Indo para o slide 5, vocês podem ver nossa atualização comercial e de desenvolvimento de negócios com os eventos que organizamos ou participamos.

Organizamos um CORE Meeting no Brasil com 10 principais *key opinion leaders*, palestrantes nacionais e internacionais para discutir as áreas de oncologia em que estamos presentes: câncer de tireóide, mama, pâncreas e rim.

No lado do desenvolvimento de negócios, continuamos muito ativos na descoberta de novos parceiros e moléculas em potencial. Durante agosto, tivemos a nossa segunda viagem à Europa de negócios, para introduzir o GBT a potenciais parceiros e acompanhar os *deals* na região. Também encontramos um parceiro atual para iniciar negociações para ampliar a atual linha de produtos para o Brasil e adquirir os direitos comerciais da América Latina de um produto para o tratamento de esofagite eosinofílica.

Também participamos do CPhI em Madri para procurar produtos de formulação de dosagem final para complementar nossos portfólios inovadores de CNS, oncologia e antifúngicos. A ideia de usar os produtos de formulação de dosagem final é

complementar nossas moléculas inovadoras com *branded generics* já aprovados pelo FDA ou EMA, que serão implantados mais rapidamente na América Latina.

Para os próximos meses, estamos trabalhando ativamente na preparação para reuniões da próxima *American Society of Hematology* (ASH) e do *JP Morgan Healthcare Conference*, onde sempre participamos ativamente para acompanhar os negócios atuais e descobrir novas oportunidades de negócios.

No médio prazo, como temos dito nos últimos trimestres, acreditamos que a China se tornará uma fonte de inovação no setor de saúde e, antecipando essa tendência, começamos, juntamente com o apoio de uma consultoria especializada, a desenhar o mapa da inovação na China e planejamos ir para lá no próximo ano.

Em termos do nosso *deal flow* 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.

Neste trimestre, a maioria dos nossos esforços foi dedicada a finalizar o *due diligence* do portfólio de anti-infecciosos, fortalecer as relações com parceiros-chave no segmento de neoplasias hematológicas e, conseqüentemente, impulsionar os principais acordos estratégicos nas indicações de Leucemia Linfocítica Crônica e Mieloma múltiplo.

O *deal* de portfólio de anti-infecciosos que estava em fase de *due diligence*, infelizmente não passou nas avaliações comerciais e de propriedade intelectual.

Agora vou passar para a Raquel, que explicará com mais detalhes sobre a Argentina e o impacto da hiperinflação.

Raquel Balsa – Grupo Biotoscana – CFO

Obrigada, Renato. Olá a todos.

Eu gostaria de explicar um pouco melhor sobre os ajustes da Argentina no nosso resultado consolidado, no slide 7.

Como o Federico mencionou, a partir deste trimestre tivemos que adotar as seguintes normas contábeis:

Como a inflação na Argentina atingiu 100% no acumulado dos últimos três anos, foi determinada a adoção do IAS 29, que exige a atualização das demonstrações financeiras de uma entidade cuja moeda funcional seja a de uma economia hiperinflacionária, visando refletir a variação no poder de compra de tal moeda, e o IAS 21 sobre o efeito de mudanças nas taxas de câmbio, segundo a qual as demonstrações financeiras da Argentina tiveram de ser convertidas de Pesos Argentinos para Reais à taxa de câmbio vigente no final do período, dia 30 de setembro de 2018.

Isso difere do que fazíamos no passado e é por isso que estamos mostrando números históricos no release e na apresentação, para permitir comparar os períodos sem o ajuste da hiperinflação.

Também tivemos uma mudança no critério de faturação na Argentina, que impactou vendas e descontos. Antes, as *invoices* vinham com o registro de receita bruta e discriminavam os descontos. Agora, as *invoices* vem diretamente com venda líquida, sem o detalhamento. Com essa mudança também não conseguimos comparar a receita bruta do trimestre do ano passado com a desse trimestre.

Então, para fazermos uma comparação justa, você pode ver os dois gráficos, do trimestre e do acumulado, onde extrapolamos todos os impactos e ajustes. Podemos ver que tem um grande impacto pelo ajuste da hiperinflação no trimestre que totalizou 35 milhões de reais. Isso inclui o ajuste do trimestre e os efeitos relacionados a receitas acumuladas nos trimestres passados de 2018. E um impacto negativo de FX de 19 milhões de reais.

Quando olhamos o crescimento orgânico, que é isolando esses efeitos que acabei de mencionar, além de Actelion e de Dosa, nosso crescimento orgânico na Argentina foi de 16% no trimestre e de 10% no acumulado do ano.

A Julieta irá explicar sobre a performance dos países daqui a pouco, mas eu queria ter certeza que vocês entendessem bem a Argentina, já que as comparações são mais difíceis com todas as mudanças que tivemos.

Agora eu passarei a palavra para a Julieta que irá explicar nossa performance operacional.

Julieta Serna – Grupo Biotoscana – EVP, LatAm

Obrigado, Raquel e boa tarde a todos.

Analisando nossos resultados trimestrais, vou falar sobre nosso desempenho operacional, explicar sobre os resultados do nosso *top line* e depois passo para a Raquel, que falará sobre nossos resultados financeiros.

Passando para o slide 8, temos o bridge com os componentes de crescimento separado por maturação de cada produto. Como o Federico mencionou, o terceiro trimestre de 2017 não é comparável ao terceiro trimestre deste ano porque agora descontinuamos o portfólio da Actelion e tem os ajustes de hiperinflação, então, como de costume, vou falar em termos de moeda constante, excluindo esses efeitos. Vocês podem ver nossos lançamentos registrando aumento de 100% no trimestre, com moléculas com grande potencial como Lenvima e Abraxane *ramping up*, e o portfólio da Gilead já contribuindo com receitas em alguns dos países da região andina.

Os produtos que já atingiram *peak sales* cresceram cerca de 28% e os produtos maduros com um aumento de 2% no trimestre. Para o acumulado do ano, vemos a mesma tendência, exceto para os produtos maduros, que estão *flat*, como é normal nestes tipos de produtos.

Ainda temos cerca de 30 a 40% de nossas receitas vindo do nosso portfólio próprio de *branded generics*, que aumentou aproximadamente 17% ano contra ano no acumulado do período, em números históricos.

Continuamos focados em onco e onco-hematologia, como nossa linha mais representativa, doenças infecciosas com perspectivas positivas com o portfólio da Gilead e os lançamentos de Cresemba e Zevtera nos próximos anos em toda a região, doenças órfãs e raras com doenças respiratórias e *CNS* como novas áreas de potencial crescimento.

Passando para o slide 9, vocês podem ver nossa receita líquida por país. No total, tivemos um crescimento de receita de cerca de 2% em moeda constante. Claro que isso está afetado pela descontinuidade dos produtos da Actelion e pelo desempenho do Sovaldi no Brasil, que já explicamos extensivamente sobre a dinâmica de mercado diferente que ele tem. Quando excluímos ambos os efeitos, a receita líquida cresceu 15%, em moeda constante.

Como Raquel acabou de explicar, temos o efeito de hiperinflação na Argentina, então, para ser comparável, vou falar sobre números de moeda constante, como costumamos fazer.

Na Argentina, tivemos bom volume de vendas no trimestre e repasse de inflação, com aumento de 13% em moeda constante. Lembrem-se que os produtos descontinuados da Actelion afetam a Argentina. Excluindo a Actelion e incluindo o Dosa proforma no último trimestre, tivemos um crescimento de 16% no trimestre e um crescimento de 10% no acumulado do ano. O crescimento é impulsionado pelo bom desempenho dos nossos portfólios próprios de oncologia e respiratório.

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 a segunda licitação pública para alguns medicamentos oncológicos. Tradicionalmente, o PAMI tinha um formulário de marca aberta, que decidia comprar inteiramente com base na prescrição médica e agora esse modelo de negócio está mudando. Participamos da primeira licitação de oncologia e ganhamos cerca de 30% de toda licitação, nos colocando como a empresa mais relevante no processo. Agora participaremos da segunda também. A maneira

como isso funciona é: seremos um provedor semi-exclusivo para os medicamentos, com maior volume e menor preço. Além disso, por não precisar competir pelas prescrições, economizaremos custos promocionais significativos.

Também negociamos um novo contrato com o Pami, sem a intervenção da Câmara. Nessa negociação, vamos repassar 100% da inflação todo mês, enquanto antes só tínhamos 70% trimestral; e incluímos novos produtos no contrato. O contrato será renovado a cada ano, como era antes.

O Brasil teve um aumento de 26% no trimestre, excluindo o Sovaldi. Lenvima e Abraxane estão indo bem, organizamos vários eventos, como o Renato mencionou, e o lançamento da linha *CNS* com Fycompa e Inovelon ocorreu recentemente. O portfólio base apresentou um crescimento sólido, com desempenho estável do Ambisome e crescimento de dois dígitos do Vidaza. O crescimento do acumulado do ano é impactado principalmente pela falta de Abraxane e Halaven no primeiro semestre do ano.

Na Colômbia, nossos esforços de *turnaround* estão valendo a pena. Excluindo a Actelion, conseguimos crescer cerca de 15% ano a ano. O desempenho estável e a evolução positiva são impulsionados pelo lançamento da Zyvalix em abril, o primeiro genérico de abiraterona no mercado e as vendas das linhas de HEPC e HIV da Gilead.

O México também está indo bem. O Abraxane apresenta evolução constante e cerca de 7 milhões de reais em receita líquida LTM. A linha de oncologia está se consolidando e continuamos nos esforçando para acelerar o lançamento de novos produtos. Recebemos notícias muito boas sobre o Abraxane para o mercado público. Estamos trabalhando para incluir este produto no formulário e recebemos a aprovação inicial. Tudo o que precisamos fazer agora é esperar que o jornal oficial emita e pronuncie essa aprovação. Com essa aprovação, poderemos oferecer o Abraxane para o tratamento de primeira linha de câncer de pâncreas para adultos no mercado público.

Quanto ao resto de nossas operações, no geral, estão indo bem, com crescimento na Bolívia, Chile, Paraguai e Uruguai. No total, o crescimento chegou a quase 30% trimestre a trimestre. Isso se deve principalmente ao desempenho positivo dos nossos *branded generics* de onco-hematologia, gastroenterologia e doenças pulmonares graves na região.

No Peru e no Equador onde temos um portfólio maduro, estamos enfrentando forte concorrência de preços e também temos o impacto da Actelion, no caso do Equador. Há uma linha antiga de produtos hemoderivados vendidos principalmente por licitações públicas, que, a cada ano, têm mais concorrência não apenas em preço, mas também em volume. Agora estamos nos concentrando na renovação do portfólio e novos lançamentos. No Peru, lançamos o portfólio de HepC e HIV da Gilead com perspectiva de se tornar uma linha relevante no país, e estamos trabalhando no lançamento do portfólio da Basilea.

Antes de passar novamente para a Raquel, gostaria de mencionar as nossas margens. O lucro bruto aumentou 16% e nossas margens continuam resistentes, com uma margem bruta de 51%.

Este é um reflexo de um melhor mix de produtos e canais de vendas e melhores margens de novos produtos. Agora passo novamente para a Raquel, que comentará sobre nosso desempenho financeiro.

Raquel Balsa – Grupo Biotoscana – CFO

Obrigada, Julieta.

Indo para o slide 10, o aumento das despesas operacionais recorrentes, sem ajuste de hiperinflação, é suportado, principalmente, pela aquisição da DOSA, que contribuiu com aproximadamente 3 milhões de reais para a linha OPEX. Mesmo estando em linha com as despesas de vendas e marketing, estamos investindo bastante em força de vendas, marketing e treinamento de produtos. Nosso foco é lançar corretamente todos os produtos e assegurar que estamos executando o nosso pipeline da melhor maneira possível.

As despesas de G&A diminuíram ano contra ano. Para o acumulado do ano, estamos acima somente 2% contra o mesmo período de 2017. Esse aumento está impactado pela inclusão de Dosa. Vocês podem ver o nosso compromisso com controle de custo e em gerenciar nossos recursos de maneira responsável.

O aumento de P&D está impactado pela inclusão de novos produtos para registro e de Dosa, que não estava incluída no terceiro trimestre do ano passado (já que a adquirimos no quarto trimestre), e despesas de *due diligence* para potenciais novas moléculas.

Despesas de reorganização são explicadas, basicamente, pela reestruturação do CEO.

No slide 11, temos a nossa performance EBITDA. Como a Julieta mencionou, as margens continuam melhorando, relacionado a um melhor mix de receita. Para facilitar o entendimento, colocamos uma *bridge* do EBITDA com o *breakdown* de todos os ajustes. No trimestre, houve um crescimento de 34% no EBITDA ajustado em moeda constante. E quase 300 *basis points* de expansão de margem, com 24% de margem EBITDA, mesmo com o impacto da hiperinflação.

Indo para o slide 12, no topo do slide vocês verão nossos resultados financeiros. A linha que mais impacta é o resultado por tipo de câmbio, que totalizou 6,5 milhões de reais no trimestre e 26,5 milhões de reais no acumulado do ano.

Nessa linha nós temos 2 impactos diferentes:

Um é a despesa de *intercompany* e o outro é a despesa com terceiros.

O *intercompany* está relacionado com a venda de produtos licenciados desde o Uruguai para cada afiliada em moeda local, e como o Uruguai tem sua moeda funcional o dólar, isso gera uma diferença de câmbio que pode ser um ganho ou uma perda, dependente da variação das moedas contra o dólar em cada trimestre, neste caso uma perda. Isso foi impactado pelo câmbio originado pelas vendas do BGX da LKM para nossas afiliadas em USD, já que a Argentina usa o Peso Argentino como sua moeda funcional. O efeito com terceiros é basicamente impactado por passivos comerciais e passivos de M&A em dólares da Argentina e venda direta de produtos licenciados desde o Uruguai para o Brasil, com *invoice* emitida em Reais. Nesse trimestre temos também o impacto em FX do ajuste da hiperinflação, que vocês podem ver a diferença entre o número reportado e o número histórico, ambos na tabela.

Agora, no gráfico da parte de baixo, temos a taxa efetiva de imposto.

A taxa efetiva de imposto ficou em 33% no trimestre. Há diversos efeitos não deduzíveis que acabam aumentando a taxa nesse trimestre. O primeiro é a perda não deduzível do tipo de câmbio alocado no Uruguai, que acabou sendo significativa pela alta volatilidade no trimestre e FX relacionado ao um acordo de non-competence na Argentina. E o segundo impacto é a perda acumulada dos nove meses na Colômbia originada pelo incremento da taxa de imposto nacional como consequência da saída da zona franca da nossa subsidiária da Colômbia, que ocorrerá até o final do ano. Esses efeitos foram atenuados pela exposição da Argentina à inflação e a recuperação do Pami, que expliquei anteriormente, que não é taxado.

No slide 13, temos o *bridge* do lucro líquido com todos os impactos do trimestre e do acumulado do ano. O lucro líquido ajustado foi de 13 milhões de reais no trimestre, considerando o ajuste da inflação. Um crescimento de mais de 80% contra o terceiro trimestre do ano passado, com uma margem líquida de 16%, expansão de 710 *basis points* ano contra ano. Isso é impulsionado por uma receita operacional mais alta, com sólida performance das nossas operações no trimestre e também a reestruturação da dívida, que contribuiu positivamente para uma menor taxa efetiva de imposto menor que 2017.

Passando para o slide 14, o fluxo de caixa operacional totalizou 77 milhões de reais, uma melhora de 12% ano contra ano, refletindo uma taxa de conversão para o EBITDA ajustado de 56%. 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 foi de 67%. Também tivemos o impacto da volatilidade da moeda, que foi significativa no trimestre, totalizando 22 milhões de reais e o ajuste de hiperinflação no valor de 10 milhões de reais. Isolando esses efeitos, nossa taxa de conversão para o EBITDA ajustado ficou em 90%.

Na direita de cima do slide, você verá o ciclo de conversão de caixa e o *ratios* de capital de giro. Nós decidimos mudar a forma de cálculo desses *ratios*, para representar melhor nosso capital de giro. DSO agora é calculado considerando somente as contas a receber comercial. DPO é calculado considerando somente dívidas comerciais no numerador, e o efeito da tradução das moedas nas ordens de compras. DIO é calculado da mesma forma. Todos os comentários que farei estão baseados em números históricos, sem o ajuste da hiperinflação.

O DSO aumentou 22 dias desde o segundo trimestre desse ano, impactado pelas contas a receber em aberto da venda do estoque da Actelion, que começamos a receber este mês e algum atraso de canal público no Brasil e no Uruguai. DIO aumentou em 38 dias versus o segundo trimestre desse ano, impulsionada pelo aumento do estoque de Ambisome por conta da transferência da planta da Gilead e atraso de estoque de alguns parceiros, os quais recebemos os produtos no terceiro trimestre. Tem também o impacto do estoque de novos produtos. DPO teve uma melhora de 5 dias versus o segundo trimestre deste ano, especialmente impactado pelos parceiros que estenderam suas datas de pagamento para alguns produtos que têm uma dinâmica de mercado diferente, como Sovaldi e Harvoni.

Com relação ao CAPEX: nosso CAPEX de intangível é cerca de 7% da receita líquida no trimestre. Esses investimentos são referentes à pagamentos de *milestones* regulatórios para a Eisai pelas novas indicações de alguns produtos, como também alguns softwares de TI e os sistemas de reporte ERP.

Em relação aos financiamentos, passando para o slide 15, a taxa de conversão da dívida líquida pelo EBITDA ajustado foi 0.5 vezes no trimestre, impactado pela queda na receita bruta e a deterioração no nosso caixa, nos deixando com uma dívida líquida de 105 milhões de reais. A taxa de conversão do EBITDA ajustado sobre as despesas com juros foi de 4.9 vezes, em linha com o trimestre anterior. Isso conclui nossa apresentação. Muito obrigada pelo seu tempo. Podemos abrir para perguntas agora.

Operadora

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

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

Federico Wintour – Grupo Biotoscana – CEO

Obrigado. Eu acho que a gente cobriu todos os pontos no call, então, nada mais do nosso lado. Eu gostaria de agradecer a todos pelo tempo, e pelo esforço de vocês em entender a Companhia. Nossa equipe de RI está sempre disponível para o que vocês precisarem. Sabemos que é um modelo de negócios difícil, e bastante único para a região, então acaba levando mais tempo de vocês. E continuamos, claro, disponíveis para qualquer questão que vocês tenham, sempre estamos abertos para discussão. Muito obrigado.

Operadora

A teleconferência do Grupo Biotoscana está encerrada. Agradecemos a participação de todos, 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”