

**Operador:**

Bom dia. Sejam bem-vindos à teleconferência da Hypera Pharma referente às recentes aquisições transformacionais realizadas pela Companhia. Estão presentes o Sr. Alvaro Stainfeld, Presidente do Conselho de Administração; Breno Oliveira, Diretor Presidente; e Adalmario Couto, Diretor Executivo Financeiro e de Novos Negócios.

Informamos que este evento será 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 alguém necessite de assistência durante a teleconferência, por favor, solicite a ajuda de um operador digitando \*0.

Gostaríamos de informar que perguntas só poderão ser feitas através do telefone. Caso você esteja conectado pelo *webcast*, sua pergunta deverá ser enviada diretamente para a equipe de RI pelo e-mail [ri@hypera.com.br](mailto:ri@hypera.com.br). O áudio está sendo apresentado simultaneamente na Internet, no endereço do site de Relações com Investidores da Companhia [www.hypera.com.br/ri](http://www.hypera.com.br/ri).

Informamos que algumas informações contidas neste *conference call* podem ter projeções ou afirmações sobre expectativas futuras. Tais informações estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado.

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

**Alvaro Stainfeld:**

Obrigado, e boa tarde a todos. É com enorme honra e entusiasmado que, em nome do Conselho de Administração da Hypera Pharma, junto com o Breno e o Adalmario, estamos anunciando a aquisição do portfólio de marcas ícones da Takeda na América Latina.

É um portfólio de marcas líderes sem igual no segmento de *consumer health* e, adicionalmente, produtos de prescrição líderes, alguns deles patenteados em classes terapêuticas estratégicas para nossa Companhia.

A aquisição desse portfólio único da Takeda, junto com a aquisição do Buscopan anunciada em dezembro, tem efeito transformacional em nossa plataforma. Quando concluídas, levarão a Hypera Pharma a se transformar na maior farmacêutica do Brasil, número um no mercado nacional, mais diversificada nos segmentos de *consumer health*, prescrição, *skin care* e genéricos e similares, consolidando nossa ampla liderança no segmento de *consumer health* e fortalecendo significativamente nosso portfólio de prescrição, sendo esses dois segmentos – *consumer health* e prescrição – os mais rentáveis segmentos da indústria farmacêutica brasileira.

O Brasil, com mais de 200 milhões de habitantes, tem uma das populações que envelhece mais rápido no mundo, favorecendo o aumento do consumo de medicamentos.

Nosso setor farma, que mostrou sua resiliência durante os últimos anos de uma economia em contração, oferece, hoje, oportunidades de crescimento adicional, resultantes da expectativa de retomada do ciclo econômico do país.

Acreditamos que a Hypera Pharma tem uma plataforma única para participar dessa oportunidade. Estamos muito confiantes e entusiasmados que, com essas oportunidades únicas de aquisição, junto com nosso foco contínuo em inovação e lançamentos, estamos acelerando a Companhia, e criando uma plataforma única e irreproduzível, cumprindo nossa missão de promover saúde para que as pessoas vivam mais e melhor, e continuando a servir ainda melhor a nossos consumidores, pacientes, médicos, farmácias e distribuidores, e assim gerar valor significativo para nossos acionistas por muitos anos à frente.

O Conselho de Administração tem ampla confiança de que a liderança e toda a equipe da família Hypera tem o know-how e experiência para realizar com sucesso todo o potencial desses negócios, e alavancar nossa plataforma irreplicável no médio e longo prazo.

Agora, passo a palavra ao Breno, que dará mais detalhes sobre a transação.

**Breno Oliveira:**

Obrigado, Alvaro. Boa tarde a todos. Estamos muito orgulhosos de anunciar essa aquisição do portfólio de marcas de OTC e prescrição médica da Takeda. Essa é a maior aquisição da história da Hypera, e, como o Alvaro mencionou, esta transação, juntamente com transação da família Buscopan, é um movimento transformacional, que leva a Companhia para um novo patamar.

Quando finalizada, seremos a maior empresa farmacêutica do Brasil, saindo da quarta para a primeira posição no mercado brasileiro, com *sell out* de R\$5,8 bilhões e market share de 9%, com presença relevante em todos os segmentos do mercado farmacêutico brasileiro, *consumer health*, prescrição, *skin care* e similares e genéricos, e reforça nosso posicionamento como parceiro estratégico para os nossos principais clientes.

No mercado de *consumer health*, onde já temos a liderança, nos consolidaremos como líderes absolutos, com *sell out* de quase R\$2 bilhões e 20% de market share, quase 2x o tamanho do segundo colocado, e mais de 3x o tamanho do terceiro colocado. Teremos duas das três maiores marcas do segmento de OTC no Brasil, com as famílias Buscopan e Neosaldina, marcas irreplicáveis de se construir de maneira orgânica, que se juntam às nossas tradicionais marcas, como Benegrip, Cristina D, Epocler, Engov, entre outra.

Em produtos de prescrição, da sexta para a quarta posição, muito próximos do terceiro colocado. Com nossos fortes investimentos em inovação e nosso pipeline robusto, focado principalmente em prescrição, buscaremos ganhos de market share e atingir a terceira posição no futuro próximo. E, pela primeira vez, nosso portfólio incluirá medicamentos patenteados, com exclusividade em segmentos atrativos, com crescimento acima do mercado.

Esse portfólio é estratégico para a Empresa, não apenas pelas sinergias potenciais que o Adalmario detalhará mais adiante, mas também pelo potencial de crescimento adicional que esse portfólio de marcas agregara à Companhia.

Esse portfólio cresceu consistentemente, a uma taxa de 14% nos últimos cinco anos, acima do crescimento de mercado, que foi da ordem de 11% no período.

Essas marcas, dentro da nossa plataforma de vendas e marketing, têm um potencial de crescimento ainda maior do que vimos historicamente, e contribuem para acelerar ainda mais o segmento da Hypera como um todo.

Com essas aquisições, acrescentamos aos nossos negócios quatro novas *power brands*, marcas com vendas acima de R\$100 milhões, trazendo para 15 o total de *power brands* da Hypera. Dessas, seis têm vendas superiores a R\$200 milhões. São marcas líderes em seus segmentos, muitas delas sinônimos de categoria, que inspiram a segurança do consumidor.

Com nosso foco em investimentos em marketing e P&D, essas marcas tendem a acelerar seus crescimentos, como já aconteceu com diversas outras marcas em nosso portfólio.

A família Buscopan, com vendas superiores a R\$300 milhões, tem mais de 65% de market share no mercado de antiespasmódicos. É sinônimo de categoria, e a marca mais prescrita pelos médicos em seu segmento.

Neosaldina, uma marca de R\$260 milhões, é a referência para dor de cabeça, com quase 50 anos de mercado. Nesina, um produto de mais de R\$200 milhões em vendas, marca a entrada da Empresa no segmento de diabetes, bastante atrativo diante da tendência de obesidade na população brasileira. Essa é a marca que mais cresce dentro do mercado de diabetes.

E o Dramin, um produto de mais de R\$140 milhões, é a marca número dois em náusea, com excelente reputação junto à comunidade médica e muitas oportunidades para extensão de linhas.

É um portfólio fantástico e bastante concentrado, com poucas marcas muito relevantes. São apenas 12 marcas, das quais cinco representam 80% das vendas.

Apesar de representarem cerca de 30% das vendas atuais da Companhia, dada sua concentração, entendemos que serão integrações de baixa complexidade. Do *sell out* total de cerca de R\$1,3 bilhão desse conjunto de marcas, 60% vêm do mercado de *consumer health*, e os outros 40% de produtos de prescrição, e vemos oportunidades de alavancar esses produtos nos dois mercados.

Em *consumer health*, as marcas passarão a contar com suporte da nossa equipe de merchandising, a maior do mercado, com quase 1.000 pessoas no campo e que tem a melhor cobertura de lojas do varejo farmacêutico brasileiro. Buscaremos melhorar consistentemente a exposição desses produtos nas farmácias de todo o país.

Além disso, as marcas de OTC se beneficiarão da nossa estrutura de P&D e nossa expertise em lançamentos de extensões de linha, um dos nossos objetivos estratégicos em *consumer health*.

Com a nossa agência de publicidade *in house*, esperamos ter maior eficiência em custos de mídia, melhor alinhamento estratégico e maior agilidade na produção de comerciais para os veículos tradicionais e digitais.

Já em produtos de prescrição, vemos potencial para aumentar a produtividade da nossa equipe de representantes médicos, adicionando marcas complementares ao nosso portfólio atual na grade de visitação em diversas especialidades médicas. Essas marcas se alavancaram na reputação da linha Mantecorp-Farmasa junto à comunidade médica.

Também estamos satisfeitos em poder contar com uma nova equipe, de aproximadamente 200 profissionais altamente qualificados que integrarão nossos times de marketing, demanda médica e merchandising, e ajudarão a reforçar nosso posicionalmente junto à comunidade médica e dar mais visibilidade às nossas marcas nas farmácias.

Com essa aquisição, dois produtos patenteados passarão a fazer parte do nosso portfólio. O primeiro deles é o Nesina, medicamento para diabetes com patente por pelo menos mais dez anos. O mercado de diabetes é um dos que mais cresce no Brasil, a taxas de quase 20% ao ano. Nesina é o medicamento que mais ganha market share na categoria, crescendo mais de 100% nos últimos cinco anos e 45% em 2019.

O Alektos é um anti-histamínico de última geração, com patente até 2027, que cresce a 24% ao ano. Já somos fortes no segmento respiratório, com Predisin, Rinosoro e Celestamine, e o Alektos aumenta nossa presença nessa categoria, como um medicamento importante para o tratamento da rinite alérgica.

Antes de passar a palavra para o Adalmario, gostaria de falar um pouco sobre a plataforma a ser adquirida no México com essa transação. O México representa 12% do portfólio, e a operação representará menos de 3% do faturamento total da Hypera. Nosso foco continua sendo o Brasil.

Dito isso, essa plataforma do México é bastante atrativa para a Hypera. É um portfólio enxuto, com 80% das vendas concentradas em quatro marcas, com margens atrativas e crescimento de 12% nos últimos três anos.

Contaremos com uma equipe talentosa, de aproximadamente 80 pessoas em vendas e marketing, e essa plataforma poderá ser uma oportunidade para distribuição de diversos outros produtos da Hypera no México.

Agora eu passo a palavra para o Adalmario, que falará sobre os principais aspectos financeiros da transação.

#### **Adalmario Couto:**

Obrigado, Breno. Boa tarde a todos. Estamos muito empolgados em anunciar essa transação, que é transformacional para a Hypera. O Alvaro e o Breno já comentaram sobre o racional estratégico, e agora eu compartilharei com vocês alguns números e considerações adicionais sobre as duas transações, já que, à época do *deal* do Buscopan, em dezembro, não conseguimos falar, dado que tínhamos que aguardar o prazo referente ao direito de preferência, que não foi exercido.

No primeiro slide, página 14, falarei de algumas considerações. O valor total da aquisição do portfólio de marcas da Takeda foi de US\$825 milhões, incluindo cerca de US\$36 milhões de capital de giro inicial que será necessário para tocar a operação. Portanto, o valor do pagamento será de US\$789 milhões. E no caso do Buscopan, o valor da aquisição foi de R\$1,3 bilhão.

Lembrando ainda que, no caso da aquisição da Takeda, estamos avaliando as alternativas de hedge para reduzir nossa exposição cambial até o closing da operação, dado que o valor do pagamento será realizado em USD, e nossa linha de financiamento e caixa estão em Reais, assim como a receita dos produtos, que está predominantemente em Reais e Peso Mexicano.

Com relação à nossa expectativa de timing para fechamento, ambas as transações foram aprovadas pelo Conselho de Administração da Hypera, e agora precisam ser encaminhadas para avaliação do CADE. Não estimamos nenhum problema em obter essas aprovações, mas elas levam tempo.

O timing específico de cada uma delas ainda não está exatamente definido, mas, no caso do Buscopan, já entramos com processo no CADE há duas semanas, e a expectativa é que seja aprovado até o 3T20. No caso do portfólio da Takeda, nossa estimativa é que a aprovação aconteça ainda até o final deste ano.

Falando um pouco das nossas fontes de recurso para pagamento das aquisições, já negociamos uma linha de financiamento firme e compromissada com um banco de primeira linha, no valor total de R\$3,5 bilhões. Essa é uma linha de longo prazo, com vencimento em seis anos e custo bastante atrativo, aproveitando o nível de juros no menor patamar histórico no Brasil. Lembrando também que a Empresa já emitiu uma debênture de R\$800 milhões no final do ano passado, com prazo de cinco anos *bullet*.

Com essa linha e o caixa disponível no balanço da Empresa, que, ao final do ano passado, estava em aproximadamente R\$2,2 bilhões, e proforma de R\$1,6 bilhão após pagamento do JCP em janeiro, temos recursos necessários para o pagamento das duas aquisições, sem considerar a geração de caixa adicional da Empresa ao longo deste ano.

Acreditamos que a sólida posição financeira, com a posição de caixa líquido da Empresa e a alta capacidade de geração de caixa, permitiram que a Companhia realizasse as duas aquisições, sendo que a Takeda é a maior que a Empresa já fez.

Tudo isso sem alterar de forma significativa a estrutura de capital da Empresa, com alavancagem que será inferior a 2x EBITDA, considerando a margem de contribuição das duas aquisições, e permitirá que a Companhia desalavanche de forma rápida nos próximos anos, sem comprometer o investimento em CAPEX para expansão da capacidade fabril, e também no pipeline de inovação e colaborações estratégicas, que garantirão o crescimento sustentável da Empresa no médio e longo prazo.

Com essas aquisições, teremos uma receita adicional superior a 30% quando comparada à da Hypera atual, com potencial relevante de sinergias para captura de valor no curto prazo após o closing.

O principal ganho de integração do portfólio de ambas as aquisições será referente à diferença na estrutura fiscal e de custo das empresas, com potencial para expansão de receita líquida e internalização de algumas etapas do processo de manufatura logo depois do fechamento.

Também contamos com nossa expertise em trabalhar com marcas estabelecidas, que, aliada à nossa infraestrutura e escala da nossa estrutura de vendas e marketing, poderá acelerar ainda mais o crescimento do portfólio a ser adquirido.

Com isso, estamos muito contentes em também poder contar com uma nova equipe de quase 300 colaboradores, altamente capacitados, que integrarão nossos times de promoção médica, merchan e consultores, para nos ajudar com a promoção das nossas marcas junto à comunidade médica e nos pontos de venda, para alavancar o *sell out* do portfólio total da Hypera.

Fica claro para nós que temos muitas oportunidades, em várias frentes, o que faz com que nossa estimativa inicial de sinergias seja em torno de R\$250 milhões a R\$280 milhões anuais, a serem capturados a partir do primeiro ano após o fechamento das transações.

Este valor representa cerca de 20% da receita líquida, combinadas essas duas aquisições, e cerca de 50% do EBITDA, sendo consistente com nosso *track record* de integração das aquisições anteriores e know-how que está presente em nosso DNA de M&A, que a Empresa já está bastante acostumada a executar.

Em resumo, com essas duas aquisições, nos tornaremos a maior empresa farmacêutica do varejo brasileiro, com incremento superior a 30% nas vendas e crescimento de mais de 50% no EBITDA, com portfólio de marcas adicionais que, com nosso foco em inovação, têm potencial para crescerem de forma sustentável, acima do mercado farmacêutico.

Quando olhamos em termos de *valuation*, o valor combinado das duas aquisições será de R\$4,420 bilhões, já deduzido do valor presente estimado do ágio, de R\$455 milhões, referente ao valor pago acima do valor contábil dos ativos.

Com a soma combinada da receita líquida das duas aquisições de R\$1,150 bilhão, e o EBITDA após sinergias entre R\$720 milhões e R\$750 milhões, os múltiplos das duas transações combinadas são bastante atrativos, inferiores a 4x vendas e em torno de 6x EBITDA após sinergias.

Para concluir, como já falamos, essa operação traz sinergias importantes para o nosso negócio, bastante em linha com a nossa estratégia de aumentar nossa participação no mercado farmacêutico, com entrada em novas categorias que têm potencial de crescimento acima do mercado, além de aumentar nosso número de *power brands*, com marcas líderes nas categorias de atuação, e, muitas vezes, marcas que são referência de categorias, mais do que dobrando nosso market share no mercado de *consumer health*.

Com a forte geração de caixa esperada para o negócio da Empresa, somada ao potencial dessas duas aquisições, nosso Conselho pretende manter a mesma política de dividendos adotada nos últimos anos, de crescimento do dividendo por ação para os próximos anos.

A nossa expectativa é que essas aquisições sejam bastante *accretive*, tanto no top line como também no *bottom line*, já no primeiro ano após o fechamento.

Com isso, volto a palavra para o Breno para as considerações e depois vamos abrir para perguntas e respostas.

**Breno Oliveira:**

Obrigado, Adalmario. Queria resumir alguns pontos principais desse movimento transformacional para a Hypera Pharma, que cria a maior e mais diversificada empresa farmacêutica brasileira, com portfólio irreplicável de marcas únicas, com alto potencial de crescimento e margens atrativas, que proporcionarão o aumento da receita na ordem de 30% e do EBITDA em cerca de 50%.

É uma oportunidade única de alavancar essas marcas em nossas plataformas de vendas e marketing, com nossa expertise em extensões de linha, criação de famílias de produtos e gestão de portfólio por categorias, e com suportes de investimentos em marketing no ponto de venda que essas marcas merecem.

Esse movimento transformacional gera valor adicional para os nossos acionistas, pela captura de sinergias em receita, custo e SG&A, com potencial de crescimento do lucro por ação de duplo dígito.

Nossa estrutura de capital continuará bastante saudável, com dívida líquida abaixo de 2x EBITDA e um perfil de longo prazo. A Empresa tem uma forte geração de caixa, que nos permite manter a política de dividendos da Companhia, sem comprometimento dos investimentos em P&D e CAPEX que temos feito para garantir o crescimento orgânico no médio e longo prazo.

Continuamos acreditando no potencial de crescimento do mercado farmacêutico brasileiro, que deve ser impulsionado pela retomada do crescimento da economia e pelo processo secular de rápido envelhecimento da população brasileira, que continuará ocorrendo nas próximas décadas.

A Hypera Pharma é a empresa mais bem posicionada para capturar oportunidades nesse mercado. Temos as margens mais atrativas do setor e somos a Empresa que mais investe em inovação e expansão da capacidade produtiva no mercado farmacêutico brasileiro.

Somos a única empresa que atua com presença relevante em todos os segmentos do mercado farmacêutico brasileiro: OTC, OTX, prescrição, dermocosméticos, similares e genéricos. Investimos muito no passado e no presente para criar essa plataforma única, impossível de ser replicada, e continuaremos a investir para garantir nosso crescimento sustentável nos próximos cinco a dez anos.

Obrigado a todos, e agora abrimos para a sessão de perguntas e respostas.

**Javier Martinez, Morgan Stanley:**

Obrigado. Eu tenho uma pergunta sobre sinergias, que, na nossa cabeça, foram o *big highlight* da aquisição, tem sinergias muito expressivas. Uma pergunta para o Adalmario: a Takeda está falando de um *manufacturing and supply agreement*, está falando que continuarão fazendo a produção e *supply* dos produtos para a Hypera. Isso é compatível com as sinergias fiscais que vocês têm em Goiás?

**Adalmario Couto:**

Na verdade, temos um contrato com a Takeda para continuar a produção dos produtos na fábrica deles, mas a nossa ideia é, já no primeiro momento, conseguir internalizar

algumas etapas da produção. Com isso, conseguimos obter o benefício da estrutura fiscal que temos em Goiás.

A ideia é que eles continuem produzindo, mas conosco fazendo algumas etapas do processo. Acredito que, daqui até o closing da transação, não conseguimos fazer muita coisa, mas, logo depois, é um processo que seria bem rápido de conseguirmos implementar e já conseguir obter essas sinergias no curtíssimo prazo depois do fechamento.

**Breno Oliveira:**

Só adicionando, Javier, tem essa questão de internalização inicial de etapas da produção, e o contrato tem um prazo máximo, mas vamos fazendo a transferência da produção gradativamente, ao longo dos próximos anos, já iniciando no curto prazo.

**Javier Martinez:**

Só para entender, vocês estão falando que eles produzem a molécula e vocês o empacotamento, alguma coisa assim?

**Breno Oliveira:**

Exatamente. Essa é a ideia.

**Javier Martinez:**

Muito obrigado.

**Joseph Giordano, JPMorgan:**

Bom dia. Parabéns pela aquisição. Uma dúvida, continuando essa questão da sinergia: fazendo uma conta de trás para frente, daria para assumirmos que talvez metade dessa sinergia viria do incentivo fiscal de Goiás? Essa é a primeira pergunta.

E a segunda pergunta é como você consegue conectar esse novo portfólio de produtos com o pipeline da Companhia, talvez até usar essas marcas que você está trazendo, que já são bem estabelecidas, como marcas portfólio, naquele conceito de super marcas? Obrigado.

**Breno Oliveira:**

Nas sinergias, você conhece como é nossa estrutura de operação, nossos benefícios em Goiás. Então, esse número que você falou não é muito diferente. A maior parte não é da questão fiscal, mas é um percentual relevante, também. A maior parte vem das sinergias de integração das operações.

Com relação à pergunta do pipeline, essa aquisição faz muito sentido para nós, porque essas marcas na nossa plataforma, tanto de P&D quanto de marketing e vendas, têm uma sinergia muito grande. No P&D, por exemplo, essas marcas nas empresas, esse portfólio já está à venda há algum tempo, tanto Buscopan quanto Takeda, e as empresas são focadas em outras áreas estratégicas para elas. No caso da Takeda, eles mencionam claramente, doenças raras, oncológicos, entre outras.

Então, essas marcas acabam não tendo a devida atenção, e acreditamos que, nas nossas mãos, daremos o tratamento devido a elas, tanto do ponto de vista de investimento em marketing, como também colocá-las em nossa plataforma de P&D. Então, já vemos várias oportunidades de extensão de linha em várias dessas marcas, projetos que até já estavam nas outras empresas, mas estavam parados, e temos condições de colocar na nossa plataforma e fazer esses lançamentos de maneira bastante rápida.

Respondi sua pergunta?

**Joseph Giordano:**

Respondeu, Breno. Muito obrigado.

**Fred Mendes, Bradesco:**

Boa tarde. Obrigado pelo *call*. Eu tenho duas perguntas, em linha com a última. Só para entender se houve algum tipo de competição no deal, mais para o entender o racional. Óbvio que não dá para responder por terceiros, mas só para entender o racional dessa venda, um *valuation* bem mais baixo do que vocês negociam, claramente muito bom, e um crescimento mais alto que a média do setor. Só para entender o que essas empresas estão vendo que, pelo visto, não parece ter tido tanta competição, dado o preço que vocês pagaram. Então, só para entender um pouco o racional.

E a segunda, na parte da integração, se pudessem falar o passo a passo. Obviamente, tem que esperar essas aprovações, mais para o final do ano, mas, só para entender, uma vez aprovados, o que podemos esperar depois disso? Obrigado.

**Breno Oliveira:**

Fred, não faz muito sentido comentarmos sobre o processo, como foi. O que importa é que, para nós, fez muito sentido, como você falou, em termos de *valuation*, como o Adalmario colocou, mesmo sem considerar sinergias, muito *accretive*. E, considerando sinergias, ainda melhor. Como eu mencionei, estrategicamente, fez muito sentido. Produtos de marca, que é o nosso *core business*, e que têm maior margem dentro do mercado.

Então, tanto estrategicamente, quanto do ponto de vista de sinergias, econômico, fez bastante sentido.

Você tinha uma segunda pergunta?

**Fred Mendes:**

Nessa parte da integração, só para entender, uma vez que vocês colocarem para dentro *full* ambos esses portfólios, como isso vai ser? Só para entender mais um pouco desse passo a passo. Imagino que em 2021 comece a entrar alguma coisa de sinergia. O que podemos esperar mais para frente? Obrigado.

**Breno Oliveira:**

Como eu comentei na minha parte, é um portfólio bastante enxuto. No caso do Buscopan, duas marcas, Buscopan e Buscofem, uma família de produtos. Eles têm uma

estrutura bastante enxuta na área de *consumer health*, então vemos uma integração bastante fácil após a aprovação da transação pelo CADE.

No caso da Takeda, também é um portfólio bastante simples, são 11 produtos, dos quais cinco representam 80% do faturamento. Então, também é uma operação bastante fácil de integrar. Tem pessoas da área de marketing, vendas e visitação médica que serão integradas à nossa equipe.

Então, vemos uma integração bastante simples. Em um período de menos de um ano, estaremos com tudo integrado, depois das aprovações.

**Fred Mendes:**

Perfeito. Muito claro, Breno. Se você me permitir mais uma, em relação ao México, obviamente, para vocês ainda é um percentual baixo da receita, mas a estratégia continua sendo a mesma, ou vocês estão vendo um pouco mais de oportunidade para, eventualmente, expandir um pouco mais no México, seja orgânico, seja via M&A? Obrigado.

**Breno Oliveira:**

O México, como falamos, é uma operação pequena dentro do portfólio da Takeda. Representava mais ou menos 5% do portfólio. E, para nós, quando colocamos na nossa plataforma, fica menor ainda; menos de 3% do total da receita da Hypera virão do México.

Dito isso, é uma plataforma bastante interessante no México. Tem um crescimento bom, são produtos bem concentrados; 80% das vendas em quatro produtos, com margem de 80%. E pode ser uma plataforma para levarmos outros produtos da Hypera para o México. Avaliaremos essa oportunidade internamente.

**Fred Mendes:**

Perfeito. Muito claro. Obrigado.

**Irma Sgarz, Goldman Sachs:**

Boa tarde. Obrigada por pegarem minha pergunta. A primeira pergunta é sobre as sinergias na distribuição. Onde vocês veem as maiores lacunas para essas marcas aumentarem a penetração? Obviamente, já são marcas bastante fortes, mas em quais redes de farmácias, em qual tipo de cliente vocês veem a maior oportunidade?

E, só confirmando, dado que, obviamente, houve bastante foco nas aquisições nos últimos meses, e isso continuará nos próximos meses, tanto esperando *closing* quanto em termos de integração, só para dar um *update* sobre pipeline de lançamentos orgânicos, se ainda devemos esperar uma aceleração para o final deste ano e ano que vem. Obrigada.

**Breno Oliveira:**

Irma, falando das sinergias, de onde vemos potencial, primeiro, na parte de mídia. As marcas OTC exigem muito investimento em mídia. Como você sabe, temos nossa agência *in house*, negociamos diretamente com os veículos de comunicação, então

temos um poder de barganha muito maior; o preço para nós é menor que para os nossos concorrentes, que tradicionalmente negociam através das agências de publicidade. Aí, já temos um ganho bastante expressivo.

Outra oportunidade, não de sinergia, mas de crescimento de vendas, é plugar essas marcas na nossa estrutura, na nossa plataforma de vendas. Temos, hoje, a maior equipe no campo, são quase 1.000 pessoas visitando lojas, vendendo produtos nos pontos de venda e gerando pedidos, também. Já estamos com uma cobertura de mais de 80% que estamos implementando este ano, e certamente essas marcas se beneficiarão de estar nessa estrutura.

Com certeza, devemos aumentar a distribuição, principalmente no pequeno e médio varejo, onde temos uma fortaleza muito grande comparada aos nossos concorrentes.

Todas essas aquisições, só queria reforçar que isso não muda nada a estratégia da Companhia de crescimento orgânico, investimento em inovação. Mesmo com todos os investimentos, com todas as aquisições, preservamos os investimentos em P&D, que são relevantes. Hoje, somos quem mais investe, no Brasil, em P&D. E também, na expansão de capacidade para o crescimento orgânico. Pelo contrário, essas marcas aceleram nosso processo de lançamentos; mais marcas nas quais podemos introduzir lançamentos e extensões de linha.

**Irma Sgarz:**

OK. Obrigada. E, só aproveitando, para essas marcas que vocês compraram no Brasil, mas que existem globalmente, em outros mercados, como funcionam os contratos, os acordos que vocês precisam fechar com essas empresas para desenvolver, por exemplo, *line extensions*, ou novas formulações abaixo dessas marcas guarda-chuva, como Buscopan?

**Breno Oliveira:**

Na verdade, grande parte dessas marcas que compramos, especialmente da Takeda, é de marcas regionais, que estão presentes no Brasil e na América Latina, e não necessariamente marcas globais. No caso do Buscopan, como você comentou, aí sim, é uma marca global, mas a marca é nossa aqui no Brasil, temos o direito exclusivo de utilizá-la aqui, e também de promovê-la, fazer extensões de linha. Então, basicamente, a marca é nossa e temos exclusividade de uso no Brasil.

Não tem nada no contrato que nos impeça de utilizar essas marcas aqui. Teria, obviamente, de utilizarmos essas marcas, por exemplo, o Buscopan, fora do Brasil, porque os direitos fora do Brasil não são nossos.

**Irma Sgarz:**

Mas vocês têm total liberdade de lançar novas apresentações, fazer extensões dessa linha Buscopan?

**Breno Oliveira:**

Sim. E, inclusive, em nosso pipeline, temos alguns produtos, que já estávamos desenvolvendo para os produtos que temos, que servem muito bem como extensão de linha da marca Buscopan.

**Irma Sgarz:**

E tem mais algum vínculo com a Boehringer, relação com coisas que eles desenvolvem lá fora para a marca Buscopan, ou, depois da aquisição, não tem mais nenhum vínculo?

**Adalmario Couto:**

Com a venda da marca aqui no Brasil, eles já não detêm o direito da marca em nenhum outro país. Eles já desinvestiram completamente da marca Buscopan.

O que ainda tem é contratos de fornecimento, que, como o Breno comentou, gradualmente vamos transferindo a produção do local da fabricação deles para a nossa fábrica em Anápolis.

**Irma Sgarz:**

Obrigada.

**Ruben Couto, Santander:**

Bom dia. Primeiro, com a adição desse novo portfólio, que vem crescendo acima do que a própria Hypera crescia, e também do mercado, como fica aquela sua expectativa em relação a crescimento nos próximos anos? Não é um *guidance*, mas acho que havia uma ideia de crescer até 1 p.p., 2 p.p. acima do mercado. Isso fica no teto, ou podemos esperar, com a inclusão, passar um pouco desses 2 p.p. acima do crescimento do mercado?

E uma segunda, do ponto de vista de capacidade produtiva: como essas aquisições mudam os projetos que vocês estavam desenvolvendo em relação à expansão de Anápolis? Precisa ser feita alguma mudança aqui ou, basicamente, o que já estava sendo feito comporta todas essas expectativas de sinergias da parte produtiva que vocês comentaram? Obrigado.

**Adalmario Couto:**

Ruben, esse portfólio completo, Takeda e Buscopan, nos ajuda a atingir esse nosso objetivo de crescimento de 2 p.p. a 3 p.p. acima do mercado. Fica mais fácil atingirmos esse objetivo, dados esses mercados de alguns produtos específicos do portfólio, principalmente produtos patenteados, que têm uma perspectiva de crescimento muito boa. Não mudamos nosso objetivo estratégico, mas isso auxilia a Companhia a atingir esse objetivo mais facilmente.

**Breno Oliveira:**

Com essa aquisição, conseguimos acelerar bastante o nosso planejamento da inovação que tínhamos para os próximos anos, com a entrada em categorias que crescem acima do mercado, como, por exemplo, o mercado de cardiometabólico e, mais especificamente, diabetes.

A maioria das moléculas nesse mercado ainda tem patente. Já temos vários projetos no pipeline, conforme comentamos no Hype Day. Acreditamos que essa é uma categoria

que tem potencial para crescer bastante acima do mercado nos próximos anos. Hoje, já é uma categoria grande, e se tornará ainda mais relevante.

Com isso, não só aceleramos nossa entrada, mas entramos com uma molécula protegida por patente. É muito interessante, e começamos a, realmente, participar das categorias mais dinâmicas em termos de crescimento de mercado.

**Emerson, Itaú BBA:**

Bom dia. Vocês até já responderam minha pergunta, mas nessa linha dos medicamentos de patente, dado que essa é uma categoria que deve apresentar crescimento bem robusto, que vocês têm uma base muito forte. Queria entender se a sua cabeça, de fato, é olhar um pouco mais para esse tipo de molécula para compor seu crescimento pelos próximos anos. Obrigado.

**Breno Oliveira:**

Como você sabe, nosso foco não é o no P&D, no desenvolvimento de novas moléculas. O foco do nosso desenvolvimento em P&D é no P&D incremental, que vemos como maior retorno para o investimento. O retorno do investimento é muito maior.

Mas é um mercado bastante atrativo. Se tivermos oportunidades similares a essa, avaliaremos. Traz um diferencial para o portfólio da Hypera.

**Emerson:**

OK. Obrigado.

**Operador:**

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de retornar a palavra ao Sr. Breno Oliveira para suas considerações finais.

**Breno Oliveira:**

Como eu falei, estamos muito orgulhosos de anunciar essas aquisições. Essa, da Takeda, foi a maior aquisição da história da Hypera. São aquisições transformacionais, que trazem a Empresa para um novo patamar. Vimos investindo bastante no crescimento da nossa plataforma, criando essa plataforma única, impossível de ser replicada, e vamos continuar investindo para garantir nosso crescimento pelos próximos cinco a dez anos.

Agradeço a participação de vocês aqui no *call*, e continuamos à disposição. A equipe de RI está à disposição para tirar eventuais dúvidas quanto à transação.

Obrigado, e boa tarde.

**Operador:**

O *conference call* da Hypera Pharma está encerrado. Obrigado pela 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”.