

## 1T14

São Paulo, 14 de maio de 2014. A Brasil Pharma S.A. (BM&FBOVESPA: BPHA3), uma das maiores empresas do varejo farmacêutico brasileiro, anuncia hoje seus resultados referentes ao 1º trimestre de 2014 ("1T14").

As demonstrações financeiras consolidadas da Companhia são elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil conforme a Legislação Societária e de acordo com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS).

### Destaques Operacionais e Financeiros do 1T14

- Receita bruta de R\$929,3 milhões, com crescimento de 15,7% ante o 1T13
- Margem bruta de 18,8% sobre a receita bruta
- SSS total de 15,8% e de 12,2% nas lojas maduras
- EBITDA de R\$-141,0 milhões com margem de -15,2%
- Prejuízo líquido ajustado de R\$185,3 milhões
- Com a abertura de 2 novas lojas próprias e 17 franquias, encerramos o 1T14 com uma base 1.223 lojas, das quais 723 próprias e 500 franquias.

Resumo do Resultado (R\$'000)	1T13	1T14
Receita Bruta	803.467	929.299
Lucro Bruto	232.932	174.829
% Margem Bruta	29,0%	18,8%
EBITDA Ajustado	34.763	(141.005)
% Margem EBITDA ajustada	4,3%	-15,2%
Lucro líquido ajustado	2.585	(185.296)
% Margem líquida ajustada	0,3%	-19,9%

### Fechamento do mercado em 14/05/2014

BPHA3 – R\$/ação: R\$3,34  
Valor de Mercado: R\$856,3 milhões

Teleconferência de Resultados do 1T14  
15 de maio de 2014

Call em português  
10:00 hs (Brasília)  
9:00 hs (New York)

Call em inglês  
11:30 hs (Brasília)  
10:30 hs (New York)

Participantes que ligam do Brasil:  
Tel. (11) 3301-3000

Participantes que ligam de outros países:  
Tel. +1-516-300-1066

A conexão via internet (webcast) com apresentação e áudio estará disponível em 30 minutos antes do call no website da Cia:  
[www.brph.com.br/ri](http://www.brph.com.br/ri)

## Mensagem da Administração

---

Como discutido recentemente, a Brasil Pharma tem enfrentado inúmeros desafios operacionais decorrentes do processo de integração operacional das redes de farmácias adquiridas ao longo dos últimos anos.

Para relembrar, desde 2009 a Brasil Pharma adquiriu oito redes de drogaria regionais líderes em sua região, expandindo sua base de pontos-de-venda para 1.223 lojas. Com a escala obtida por meio das aquisições, o desafio da Companhia passou a ser o de integrar as plataformas adquiridas em única plataforma, a fim de obter os ganhos de sinergia decorrentes da unificação do processo de compras, redução de custos de back-office, otimização tributária, otimização de logística, entre outros. Embora fossem esperados desafios, este processo tem se mostrado mais vagaroso e desafiador do que inicialmente previsto.

Nesse contexto, o início de 2014 ainda foi marcado pelas dificuldades operacionais vividas no ano passado, principalmente relacionadas à implantação, estabilização e unificação de sistemas na Companhia e às substituições dos centros de distribuição. As campanhas promocionais para adequação dos estoques, executadas durante todo o 1T14, afetaram significativamente as margens operacionais da Companhia, apesar de trazerem o efeito desejado de redução do nível de estoque de 107 dias no 4T13 para 88 dias no 1T14 e ajuste da curva de produtos. As perdas por obsolescência de produtos também pressionaram a margem do período. Além disso, a Companhia registrou no 1T14 um aumento das despesas com vendas em decorrência do reajuste elevado de mão de obra e aluguéis, do fechamento de lojas, da substituição dos CDs e do aumento de seu quadro de funcionários de lojas, principalmente para fazer frente aos desafios de entrega de produtos nas lojas com forte dependência da distribuição durante o ano de 2013.

Apesar de um cenário macroeconômico desafiador e problemas operacionais decorrentes do processo de integração operacional, a Companhia registrou receita bruta de R\$929,3 milhões no 1T14, o que representou um crescimento de 15,7% comparado ao mesmo trimestre de 2013, com crescimento total de vendas nas mesmas lojas (SSS) de 15,8% e de 12,2% nas lojas maduras, um dos maiores crescimentos em vendas nas mesmas lojas para companhias listadas do setor de varejo no Brasil. A Companhia acredita que o forte crescimento em um período marcado por desafios operacionais reforça a tese de investir em plataformas regionais com marcas líderes e evidencia a persistência dos fundamentos atrativos da indústria de varejo farmacêutico no Brasil.

No 1T14, foram concluídas a abertura de 2 novas lojas e 12 fechamentos, em linha com o compromisso da Companhia de rentabilização do portfólio de lojas e preservação de caixa. Em 31 de março, o número de lojas era de 1.223, das quais 723 lojas próprias e 500 franquias. Como antecipado, durante esse ano a Companhia planeja reduzir o ritmo da expansão orgânica até que as melhorias operacionais e de estrutura de capital permitam a retomada do ritmo de crescimento. A rede de franquias Farmais continuou registrando forte ritmo de expansão, com 15 aberturas no trimestre, fortalecendo a sua presença na região Sudeste do País. Importante destacar que a expansão da Farmais não depende da alocação de capital pela Companhia.

A administração da Brasil Pharma está trabalhando com afinco com o objetivo de melhorar a rentabilidade da Companhia. As principais iniciativas já concluídas ao longo do 1T14 incluem a indicação do José Ricardo Mendes da Silva como CEO da Brasil Pharma, a instalação do sistema WMS nos centros de distribuição da Companhia, o aumento do nível de eficiência e a redução do nível de estoques nos CDs e a reestruturação organizacional da Companhia, com foco no corte de despesas, principalmente na redução das estruturas do corporativo e das plataformas para rentabilizar as operações. Além disso, foi dado início ao processo de disseminação da cultura de "accountability" por plataforma regional, as quais passarão a ser individualmente responsáveis por seu próprio P&L.

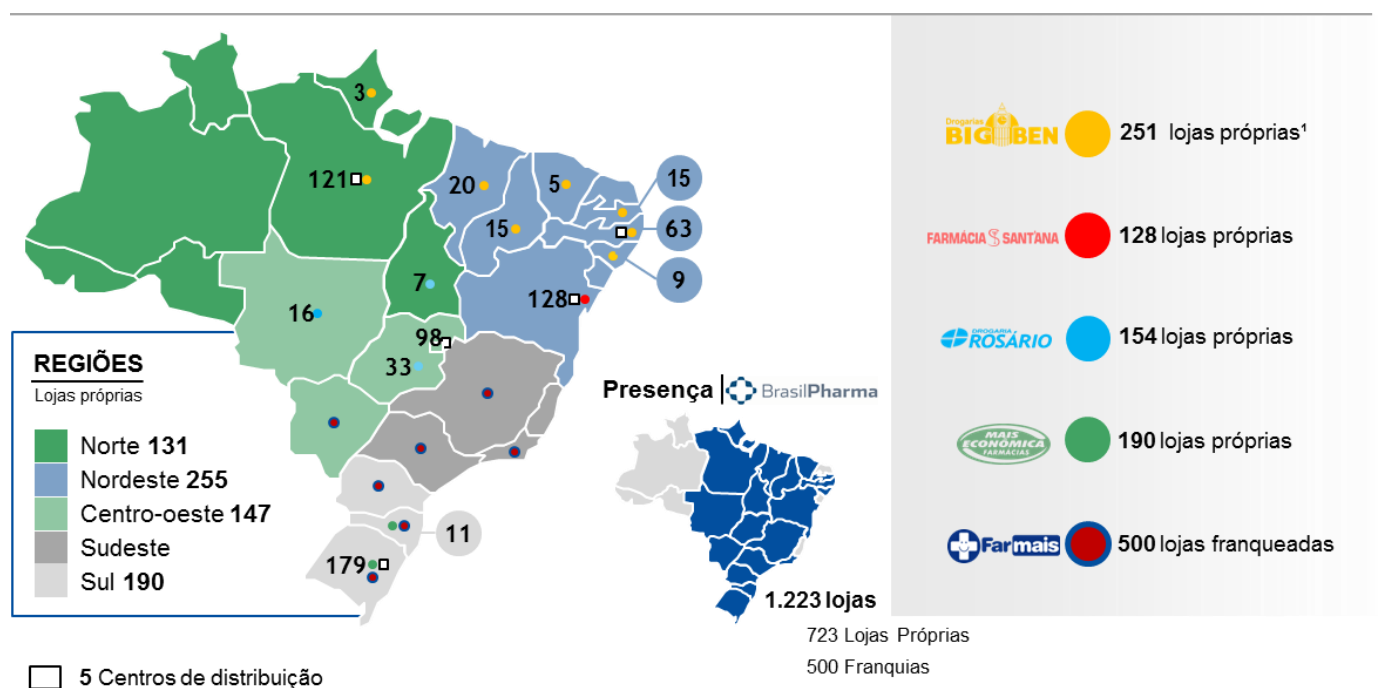
O foco da nova administração da Companhia para o resto do ano de 2014 é o de recompor as margens e de rentabilizar a plataforma. A Companhia acredita nos benefícios futuros de um trabalho focado no aumento da inteligência comercial após a unificação e estabilização dos sistemas e está confiante de que, uma vez superados os efeitos pontuais acima mencionados, recuperará o nível de rentabilidade registrado no passado, além de simplificar os processos comerciais para atingir uma maior eficiência na administração do capital de giro.

A compressão na margem operacional resultou novamente na não-observância dos índices previstos nas cláusulas restritivas (covenants) negociadas nas emissões das debêntures. Em função do descumprimento do covenant e a fim de oferecer à Brasil Pharma a oportunidade de alcançar seu potencial pleno de crescimento, em 06 de maio de 2014 foi aprovado um aumento de capital privado no montante de R\$400 milhões, com atribuição de bônus de subscrição no valor de R\$200 milhões como vantagem adicional aos subscritores do aumento de capital. Os recursos obtidos no âmbito da operação serão utilizados para fortalecer a estrutura de capital da Companhia e permitir acesso a importantes oportunidades de crescimento nos próximos anos. O BTG Pactual, demonstrando o seu apoio de longo prazo com a Companhia, bem como sua convicção na tese de investimento, assumiu o compromisso de subscrever a totalidade das sobras de ações não subscritas pelos acionistas da Brasil Pharma no aumento de capital. Nas últimas semanas a Companhia se reuniu com os debenturistas para negociar as condições para que não seja configurado um vencimento antecipado das duas emissões de debêntures.

A Companhia agradece mais uma vez a seus clientes pela escolha, a seus talentos pela dedicação e ajuda na construção de sua cultura, a seus fornecedores e acionistas pela parceria, pela confiança e pelo apoio ao longo dos últimos anos.

## Nossas Lojas Próprias e Franquias

Operamos por uma rede de lojas próprias e franquias presente nas cinco regiões do País. Em 31 de março de 2014, nossa operação contava com 1.223 pontos de venda, sendo 723 lojas próprias e 500 franquias.



1) Contempla 12 lojas com bandeira Guararapes

### Lojas Próprias:

As lojas próprias são operadas sob as marcas Big Ben/Guararapes, Rosário, Sant'Ana e Mais Econômica. As redes preservam as características locais segundo o perfil de consumo de cada regional e ocupam posição de liderança nas regiões onde atuam, exceto na região Sul. No fim do 1T14, somavam, ao todo, 251 lojas operando sob a marca Big Ben, 128 sob a marca Sant'Ana, 154 sob a marca Rosário, e 190 sob a bandeira Mais Econômica.

Como já antecipado, foi planejada para 2014 a desaceleração no ritmo de expansão em relação aos últimos cinco anos, reforçando o comprometimento da Companhia com a rentabilização das operações e geração de caixa. A disciplina financeira num cenário desafiador é a atitude adequada para garantir um adequado nível de retorno dos investimentos realizados até o presente momento. Na medida em que a situação operacional e financeira da Companhia for melhorando ao longo dos próximos trimestres, o crescimento orgânico poderá ser acelerado novamente, buscando o proveito das oportunidades nas regiões em que está presente.

No 1T14, foram abertas 2 lojas próprias e fechadas 12 lojas, sendo 4 delas da rede Mais Econômica e 8 na rede Big Ben. Os fechamentos dos últimos 2 trimestres na região Sul fizeram parte do plano de rentabilização da operação, o que resultou no fechamento de 32 lojas até o momento na região.

### Evolução da base de lojas próprias no 1T14 (Em número de lojas)

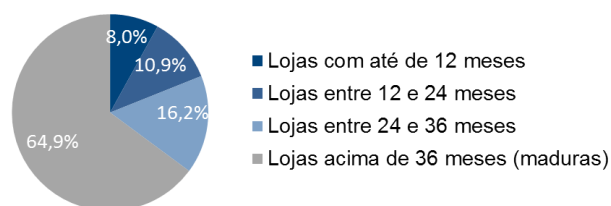


Em função do crescimento apresentado em 2013, ao final do 1T14, do total de 723 lojas próprias, 254 lojas (ou 35,1%) ainda encontravam-se em estágio de maturação, ou seja, possuíam menos de três anos de operação.

As lojas não maduras ainda não atingiram seu potencial total de faturamento e rentabilidade, o qual é esperado até o 36º mês após a abertura de cada nova loja.

Nos trimestres subsequentes, em função da desaceleração das aberturas, a maturação do portfólio de lojas será mais rápida.

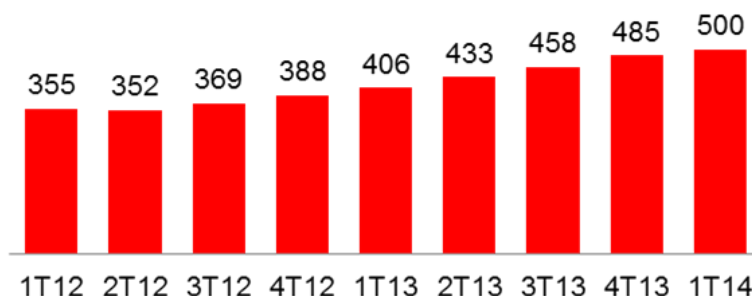
### Lojas próprias por estágio de maturação (% do total de lojas)



### Franquias:

As franquias operam sob a marca Farmais, presente nas regiões, Sul, Sudeste e Centro-Oeste do País. A Farmais contava com 500 lojas ao final do 1T14, concentradas, principalmente, na região Sudeste, sendo São Paulo o estado mais representativo, com 299 lojas (equivalente a 59,8% da base de lojas).

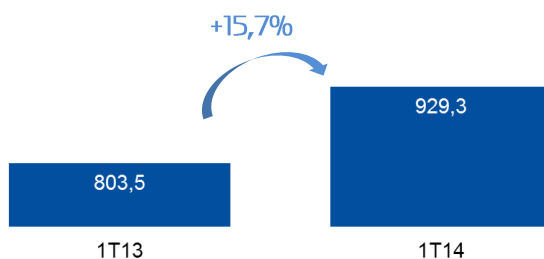
No 1T14, foram abertas 17 novas lojas, continuando a registrar forte crescimento. Do ponto de vista estratégico, as franquias fortalecem a presença nacional da Companhia sem o emprego de capital próprio e garantem uma presença geográfica no maior mercado de medicamentos do País. Por sua vez, do ponto de vista econômico as franquias são instrumentos importantes para proporcionar, à Companhia e aos seus parceiros franqueados, melhores condições de compras junto à indústria e distribuidores em função do volume de mercadorias negociadas.

Evolução da base de franquias  
 (Número de lojas)

**Análise dos Resultados**

A receita bruta de vendas e serviços é oriunda da operação de lojas próprias e franquias.

As receitas das operações próprias são provenientes, principalmente, da comercialização de medicamentos de marca, medicamentos genéricos e não medicamentos, os quais incluem, dentre outros, artigos de perfumaria, higiene pessoal e beleza, cosméticos e dermocosméticos (grupo também conhecido por "HPC"). As receitas da rede de franquias são, principalmente, oriundas de royalties.

**RECEITA BRUTA**

 Receita bruta  
 (Em milhões de reais)


A receita bruta atingiu R\$929,3 milhões no 1T14, um aumento de 15,7% ante os R\$803,5 milhões registrados no 1T13.

O desempenho de vendas no trimestre foi reflexo dos esforços empregados a partir de novembro de 2013 para melhorar o nível de serviço das lojas e das ações promocionais realizadas no final do ano em todas as redes ao longo do trimestre. Tais ações, apesar de impactar a margem bruta do período, foram importantes para ajudar a ajustar o nosso volume de estoque de produtos sazonais (HPC e outros, principalmente na Big Ben) e de excessos. Além disso, já é possível observar reflexos da estabilização dos centros de distribuição no abastecimento de lojas, diminuindo as faltas de estoques e perdas de vendas como vimos durante o ano passado.

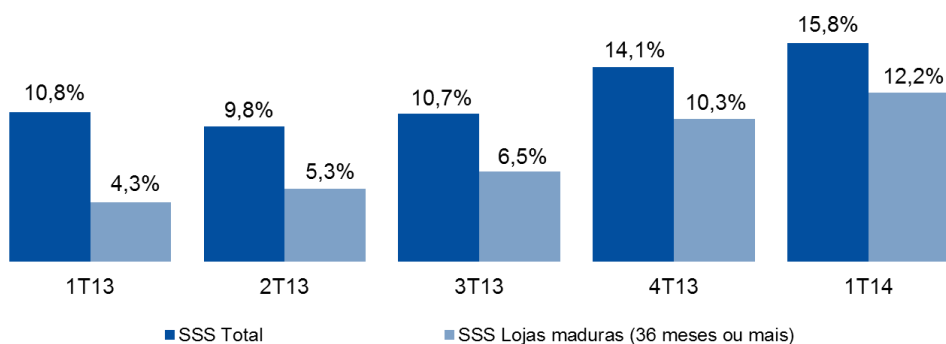
Além dos fatores explicados acima, o crescimento do faturamento bruto no período também é decorrente dos seguintes fatores:

**Crescimento orgânico:** nos últimos doze meses foram efetuadas 14 aberturas líquidas (58 aberturas brutas);

**Crescimento das vendas nas mesmas lojas (same-store sales - SSS):** devido aos motivos explicados acima, as vendas "mesmas lojas" apresentaram melhora no trimestre. O SSS total do 1T14 foi de 15,8%, ou

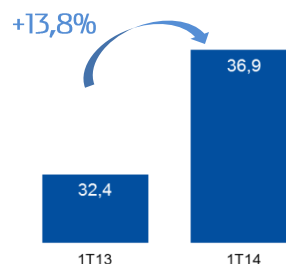
12,2% considerando apenas as lojas maduras. O SSS do trimestre foi positivamente influenciado pelas ações de rentabilização do portfólio de lojas já que, do total de 44 fechamentos dos últimos doze meses, 41 foram de lojas com mais de um ano de operação. O nível elevado de SSS para nossas lojas maduras mostram o forte potencial de diluição de despesas na medida em que crescem bastante acima da inflação do período.

### SSS lojas maduras e SSS total (%)



### Ticket médio (Em reais)

**Aumento do ticket médio.** O ticket médio aumentou 13,8% na comparação entre os trimestres, passando de R\$32,4 no 1T13 para R\$36,9 no 1T14. Contribuíram para o aumento do ticket médio, além do repasse anual de preços, o aumento das vendas de itens de HPC nas vendas promocionais que realizamos durante o trimestre e o aumento da participação de medicamentos de marca.

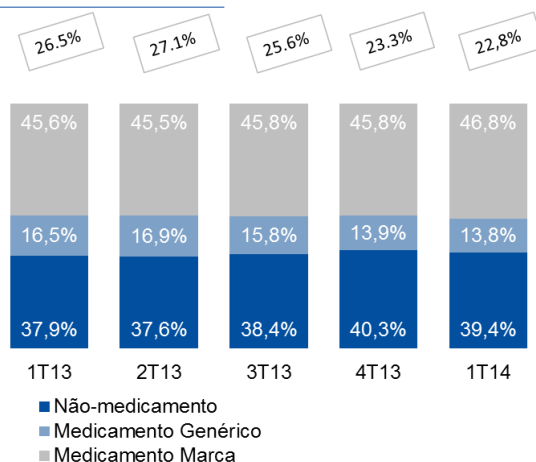


**Mudança do mix.** No 1T14, a venda de não medicamentos aumentou em 22,5% na comparação com o mesmo período de 2013, representando um aumento de participação em nosso mix de vendas de 1,5 p.p. Tal aumento reflete, principalmente, as ações promocionais realizadas durante todo o trimestre nas vendas de itens de HPC e outros não medicamentos, realizadas em todas as redes, especialmente na Big Ben. Em medicamentos, a penetração de genéricos continuou apresentando retração em linha com o trimestre anterior de 2,7 p.p. no mix total, apesar do volume em vendas ter se mantido estável na comparação entre os períodos (baixa de 0,4%). A perda de representatividade se deu não só pelo crescimento maior das categorias de não medicamentos, mas também pelo efeito em todas as redes do programa “Ruptura Zero”, que priorizava as indústrias de marca. A rede mais afetada, assim como no trimestre anterior, foi a Mais Econômica que teve a participação de genéricos retraindo 4,7 p.p. para 20,5%, com queda de 13,4% em volume. Apesar disso, já é possível enxergar ao longo do 1T14 os frutos das intervenções, fazendo com que a participação de genéricos subisse de 19,8% em janeiro para 21,4% em março. Na medida em que os efeitos das campanhas promocionais diminuírem, deveremos ver a participação de genéricos retornando aos níveis anteriores.

Por fim, a venda de medicamentos de marca apresentou crescimento de 21,4%, com incremento de 1,2 p.p no mix total de vendas.

### Mix de vendas (% do faturamento das lojas)

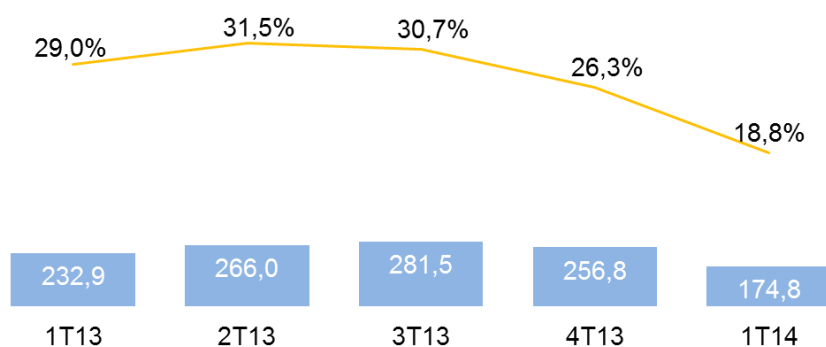
Participação de genéricos em medicamentos



### LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA (% DA RECEITA BRUTA)

O lucro bruto totalizou R\$174,8 milhões no 1T14, com margem bruta (sobre faturamento bruto) de 18,8% e R\$232,9 milhões no 1T13, com margem bruta de 29,0%.

#### Lucro Bruto e Margem Bruta (Em milhões de reais | % da receita bruta)



Dentre os fatores usuais que afetam o lucro e a margem bruta podemos destacar o mix de vendas, que varia de acordo com o sortimento de produtos oferecidos nas lojas; as verbas de trade marketing, que recebemos contratualmente da indústria por efetuar ações de merchandising em nossos pontos de venda; e a estratégia de suprimento, a qual varia de acordo com o canal de aquisição (diretamente da indústria ou via distribuidores locais).

No 1T14, ainda em busca da redução do giro dos estoques, a Companhia deu continuidade às ações promocionais durante o primeiro trimestre do ano. As mesmas foram importantes para ajustar o volume de estoque de produtos prestes a vencer além de outros excessos específicos, apesar de continuarem afetando a rentabilidade no período. Ainda assim, foram registradas perdas adicionais com o vencimento de produtos durante o período em decorrência da estratégia de compras adotada no ano passado. Desde o início do 2T14, a Companhia engajou-se em um processo de renegociação de volumes de produtos pré-vencidos com as indústrias parceiras do programa “Ruptura Zero” para reduzir o nível de perdas nos trimestres subsequentes.

Ainda buscando a redução de estoques, o volume de compras no trimestre foi reduzido. Isso fez com que o volume de verbas da indústria no 1T14 também fosse reduzido em relação a períodos anteriores, contribuindo para a retração da margem bruta.

Adicionalmente, no 1T14 permanece o mesmo efeito observado no 4T13 de retração da fatia de genéricos no mix de vendas, o que resulta num impacto de aproximadamente 0,5 ponto percentual na margem bruta do período. Com as readequações feitas na rede Mais Econômica durante os últimos trimestres e com o término das ações promocionais, o mix de vendas da rede e a representatividade dos genéricos gradualmente retornarão à normalidade.

Além disso, a Companhia está trabalhando para superar os obstáculos ao desempenho ótimo de seus centros de distribuição, os quais penalizam a margem de curto prazo de algumas de suas redes.

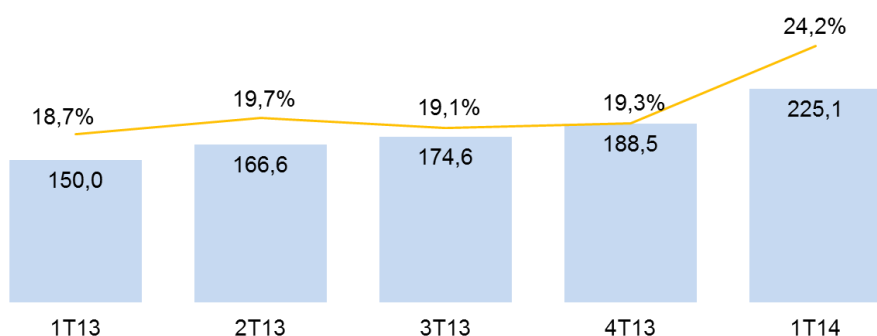
## DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS (SG&A).

A linha de despesas contempla as despesas com vendas, as despesas gerais e administrativas, as despesas com a participação de nossos funcionários no lucro ("PLR") e outras receitas/despesas operacionais.

A despesas de SG&A foram de R\$315,8 milhões (34,0% da receita bruta) no 1T14 contra R\$198,1 milhões (24,3% da receita bruta) no 1T13, um aumento de 9,3 p.p..

## DESPESAS COM VENDAS

Despesas com vendas  
 (Em milhões de reais | % da receita bruta)



As despesas com vendas são relacionadas, principalmente, à operação de lojas próprias e centros de distribuição. No 1T14, tais despesas totalizaram R\$225,1 milhões (24,2% da receita bruta), comparado a R\$150,0 milhões no 1T13 (18,7% da receita bruta).

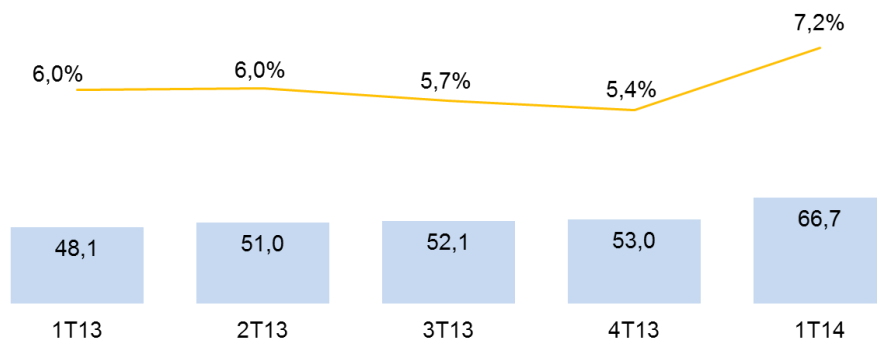
Durante o ano passado, foram inaugurados dois novos centros de distribuição em substituição aos antigos: em Pernambuco (2T13) e no Rio Grande do Sul (4T13). Os novos CDs, além de mais modernos, possuem maior capacidade para suportar nosso crescimento futuro, apesar de onerar a estrutura no curto prazo com maiores despesas de aluguel e pessoal. Acreditamos que tais estruturas, entretanto, apresentarão diluição de seus custos de acordo com o crescimento orgânico das operações e com a maturidade de processos nos CDs.

A dependência do atacado durante o ano de 2013, entre outros fatores conhecidos como os fechamentos de lojas, substituição dos CDs e o reajuste elevado de mão de obra e aluguéis, fez com que a Companhia aumentasse a sua estrutura de despesas com vendas principalmente através da expansão de seu quadro de funcionários de lojas.

Além disso, a Companhia aumentou o comissionamento sobre as vendas durante o período em que foram realizadas as ações promocionais para a redução de estoques, o que também contribuiu para o aumento das despesas com vendas.

## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (G&A)

Despesas Gerais e administrativas (ex PLR)  
 (Em milhões de reais | % da receita bruta)



As despesas gerais e administrativas (“G&A”) são relacionadas ao suporte das atividades operacionais e administrativas, ao departamento de Compras, ao Corporativo e ao Centro de Serviços Compartilhado (CSC).

No 1T14, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$66,7 milhões (7,2% da receita bruta), representando um aumento em relação aos R\$48,1 milhões (6,0% da receita bruta) registrados no 1T13, principalmente devido ao crescimento da Companhia e às despesas maiores com a implantação de sistemas.

A operação da Big Ben representa uma parcela significativa das despesas gerais e administrativas por possuir estrutura administrativa independente uma vez que ainda não foi integrada ao restante das operações.

## DESPESAS COM SOP

No 1T14, a Companhia deixou de ajustar o G&A às despesas com o plano de opção de compra de ações (“SOP”). Tais despesas, sem efeito caixa, foram de R\$1,2 milhões no 1T14 e estão registradas no número mostrado acima. No 1T13, essas despesas somaram R\$2,8 milhões.

## PARTICIPAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS NO LUCRO (“PLR”)

As despesas com a participação de funcionários e administradores no lucro (“PLR”) superaram o valor provisionado no exercício anterior e, por isso, foram registrados R\$0,8 milhão no 1T14. No 1T13, também não foi provisionado nenhum valor.

## OUTRAS RECEITAS/DESPESAS OPERACIONAIS

Foram registrados no 1T14 R\$23,2 milhões em outras despesas operacionais, principalmente relacionadas a (i) efeitos decorrentes da baixa de valores a receber de contratos de acordos comerciais com nossos fornecedores; e (ii) baixa de valores imobilizados referentes aos fechamentos de lojas realizados. No 1T13, não foram contabilizados valores nessa linha.

## DESPESAS NÃO RECORRENTES

Não foram registradas despesas não recorrentes no 1T14. Para o 1T13, foram mantidos os ajustes divulgados naquela data. Estes ajustes são R\$2,6 milhões referentes às despesas não recorrentes na integração das plataformas.

#### EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

O quadro abaixo indica a reconciliação de nosso EBITDA ajustado, expurgando o efeito do resultado com equivalência patrimonial da subsidiária Beauty'in. No 1T13, também foram ajustadas as despesas/receitas que julgamos não recorrentes e despesas com o SOP.

Reconciliação do EBITDA (R\$'000)	1T13	1T14
Lucro líquido (prejuízo)	(6.985)	(185.296)
(-) Imposto de renda e contribuição social	566	11.152
(-) Resultado financeiro	(18.920)	(24.996)
(-) Depreciação e amortização	(16.462)	(28.591)
<b>EBITDA</b>	<b>27.830</b>	<b>(142.861)</b>
(-) Equivalência patrimonial	(1.523)	(1.856)
(-) Despesas com SOP	(2.816)	-
(-) Receitas/despesas não recorrentes	(2.594)	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>34.763</b>	<b>(141.005)</b>
<i>% Margem EBITDA ajustada</i>	<i>4,3%</i>	<i>-15,2%</i>

Nota: As margens são calculadas em relação à receita bruta.

Principalmente em decorrência da menor margem bruta registrada no trimestre relacionada às campanhas promocionais e perdas em níveis ainda elevados, o EBITDA ajustado totalizou R\$141,0 milhões negativos no 1T14 (margem EBITDA de -15,2%), contra R\$34,8 milhões no 1T13, (margem EBITDA de 4,3%).

#### DESPESAS COM DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO

As despesas com depreciação e amortização totalizaram R\$28,6 milhões no 1T14. O montante representou um aumento de 73,3% em relação aos R\$16,5 milhões registrados no 1T13. A Companhia deixou de ajustar o saldo relacionado à amortização de pontos comerciais.

#### EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL

As despesas com equivalência patrimonial foram de R\$1,9 milhões no 1T14 contra R\$1,5 milhão no 1T13. Tais despesas estão relacionadas à Beauty'in, empresa incubadora de marcas novas que, em fase de desenvolvimento, ainda não gera resultados positivos.

#### RESULTADO FINANCEIRO

Foi registrado no trimestre um resultado financeiro negativo em R\$25,0 milhões, contra R\$18,9 milhões, também negativos, registrados no 1T13. No trimestre, apesar do aumento de R\$1,7 milhão registrado em receitas financeiras associadas ao caixa levantado com nossa segunda emissão de debentures em outubro de 2013, foi registrado também um aumento nas despesas financeiras associadas às despesas com adiantamento de recebíveis e às despesas financeiras relacionadas à 2ª emissão de debentures da Companhia.

### LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA (% DA RECEITA BRUTA)

No primeiro trimestre de 2014, não realizamos nenhum ajuste no resultado da Companhia. No 1T13, mostramos os ajustes apresentados naquela data conforme os resultados então divulgados. Portanto, em 2013 ajustamos o lucro líquido para expurgar o efeito das despesas/receitas não recorrentes, despesas com SOP e o efeito de amortização dos intangíveis (pontos comerciais).

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$'000)	1T13	1T14
Lucro líquido (prejuízo)	(6.985)	(185.296)
<i>% Margem líquida</i>	<i>-0,9%</i>	<i>-19,9%</i>
(-) Despesas não recorrentes	2.594	-
(-) Despesas com SOP	2.816	-
(-) D&A de ponto <sup>1</sup>	4.160	-
<b>Lucro líquido (prejuízo) ajustado</b>	<b>2.585</b>	<b>(185.296)</b>
<i>% Margem líquida ajustada</i>	<i>0,3%</i>	<i>-19,9%</i>

1 - Parcela referente à amortização de pontos.

Devido aos fatores explicados acima, a Companhia registrou prejuízo líquido de R\$185,3 milhões no 1T14, contra o lucro líquido de R\$2,6 milhões no 1T13.

**ANÁLISE DO FLUXO DE CAIXA E BALANÇO PATRIMONIAL**
**FLUXO DE CAIXA**

O quadro abaixo resume nosso fluxo de caixa para os períodos comparados.

<b>Fluxo de Caixa (R\$'000)</b>	<b>1T13</b>	<b>1T14</b>
<b>Lucro antes do imposto de renda e contribuição social - LAIR</b>	<b>(7.553)</b>	<b>(196.448)</b>
(+) Depreciação e amortização	16.462	28.591
(+/-) Outros	24.389	19.572
<b>Geração de caixa operacional</b>	<b>33.298</b>	<b>(148.285)</b>
(+/-) Variação do capital de giro <sup>1</sup>	(83.142)	(110.467)
(+/-) Variação de outros ativos e passivos	(13.181)	(10.682)
<b>Consumo de caixa operacional</b>	<b>(96.322)</b>	<b>(121.149)</b>
Imposto de renda e Contribuição social pagos	(600)	(1.235)
<b>Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>(63.625)</b>	<b>(270.669)</b>
(-) Investimentos em operação	(24.922)	(33.934)
(-) Aquisições	(80.903)	3.688
<b>Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades investimento</b>	<b>(105.825)</b>	<b>(30.246)</b>
(+/-) Empréstimos e financiamentos	(15.431)	(7.167)
(+/-) Aumento de capital/ Dividendos	-	299
<b>Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades financiamento</b>	<b>(15.431)</b>	<b>(6.868)</b>
<b>Variação em caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(184.881)</b>	<b>(307.783)</b>
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	368.751	405.914
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	183.870	98.131

1- A variação do capital de giro inclui a variação de contas a receber, fornecedores e estoques.

No 1T14, foram consumidos R\$270,7 milhões nas atividades operacionais, majoritariamente explicados pelos efeitos que comprimiram as margens de lucro do período, já esclarecidos anteriormente, somados ao efeito de normalização da nossa estrutura de capital de giro. Os investimentos em ativos fixos e intangíveis relacionados às operações totalizaram R\$33,9 milhões, majoritariamente associados aos investimentos em TI / sistema SAP e à reformas de lojas e manutenção.

No trimestre, o fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento foi negativo em R\$6,9 milhões. Como resultado, a variação de caixa do período foi negativa em R\$307,8 milhões.

**CAPITAL DE GIRO – CICLO DE CAIXA**

<b>Capital de Giro</b>	<b>1T13</b>	<b>4T13</b>	<b>1T14</b>
Contas a receber de clientes	24	6	15
Estoques	108	107	88
Fornecedores	56	77	57
<b>Capital de Giro em dias</b>	<b>76</b>	<b>36</b>	<b>46</b>

O capital de giro foi de 46 dias no 1T14, uma retração de 30 dias em relação ao 1T13, principalmente em função dos esforços realizados para reduzir os estoques da Companhia ao longo dos dois últimos trimestres e da normalização parcial dos dias de contas a receber, efeito que esteve presente principalmente nos dois últimos trimestres anteriores ao 1T14 devido aos movimentos realizados para minimizar a estrutura do capital de giro, maximizando a liquidez de curto prazo.

O ciclo de estoques encerrou o trimestre em 88 dias, 20 dias abaixo do registrado no encerramento do 1T13 e 19 dias abaixo do nível apresentado no 4T13. Tal variação foi resultado das campanhas de vendas promocionais, além de investimentos em sistemas logísticos e na modernização dos nossos centros de distribuição realizados no passado. A Companhia ainda possui excesso de estoques principalmente em suas lojas e, na medida em que aumentar a eficiência na distribuição dos produtos e aperfeiçoar o mix de produtos presentes na loja, poderá reduzir ainda mais o nível de estoques apresentado no 1T14.

O prazo de fornecedores se manteve estável em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, apresentando um aumento de apenas 1 dia. Em comparação ao 4T13, pudemos observar uma redução de 20 dias principalmente pela eliminação dos efeitos pontuais vistos no último trimestre de 2013. Na medida em que as compras de produtos forem canalizadas na indústria, a tendência é que o prazo de pagamento seja reduzido ao longo dos trimestres. Os dias de recebíveis subiram de 6 dias no 4T13 para 15 dias no 1T14, recompondo gradualmente o capital de giro da Companhia como reflexo da diminuição das operações de adiantamento de recebíveis de cartão de crédito realizadas para fazer frente à necessidade de caixa para honrar compromissos de curto prazo da Companhia.

#### POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

No encerramento do 1T14, a posição total de dívida era de R\$916,8 milhões, composta por R\$204,9 milhões em empréstimos e financiamentos, R\$555,3 milhões em debentures e R\$156,6 milhões em contas a pagar por aquisição de investimento (parcelas de pagamento futuras associada às aquisições).

A posição de caixa fechou o trimestre em R\$98,1 milhões, diminuída em relação ao trimestre anterior em partes pela redução do volume adiantado nas operações de cartão. Como consequência, a posição de dívida líquida ficou em R\$818,6 milhões no encerramento do 1T14. É importante ressaltar que não houve aumento relevante do endividamento bruto em relação ao trimestre anterior, apenas o efeito da menor antecipação de cartões no caixa corrente da Companhia.

As debêntures emitidas contêm cláusulas restritivas (*covenants*) que determinam níveis máximos de endividamento e alavancagem, bem como níveis mínimos de cobertura do resultado financeiro líquido, quais sejam: i) relação dívida líquida/EBITDA ajustado igual ou inferior a 3,0 vezes; e ii) relação EBITDA ajustado/despesa financeira líquida igual ou superior a 2,0 vezes. Os efeitos na margem bruta e o grande aumento de despesas fizeram novamente com que a Companhia não observasse os índices previstos nas cláusulas restritivas negociados nas emissões das debentures.

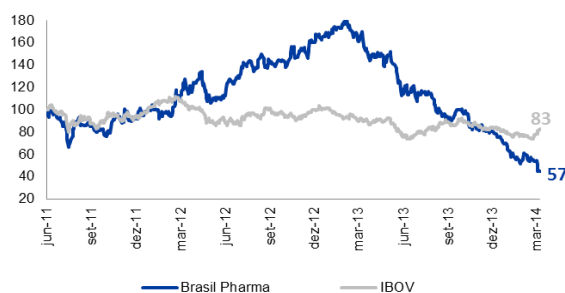
Devido ao não cumprimento das cláusulas restritivas das debentures, a Companhia registrou a totalidade da dívida de debentures no curto prazo. Com isso, ao final do trimestre, 86,1% da dívida total estava classificada no curto prazo. No entanto, a Companhia já estava em negociação com nossos debenturistas e agentes fiduciários previamente para que esse não cumprimento dos *covenants* não caracterizasse um evento de vencimento antecipado das duas emissões que possui.

Considerando o aumento de capital aprovado na Assembléia do último dia 06 de maio, a Companhia não tem um problema de solvência. Os resultados negativos apresentados nos últimos dois trimestres penalizarão o atingimento das cláusulas restritivas nos próximos trimestres, uma vez que os *covenants* são calculados considerando um período de 12 meses acumulados.

Posição de caixa e endividamento (R\$'000)	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14
<b>(+) Empréstimos e financiamentos</b>	<b>169.079</b>	<b>160.228</b>	<b>247.170</b>	<b>209.490</b>	<b>204.884</b>
Circulante	44.864	41.694	150.963	124.507	125.800
Não circulante	124.215	118.534	96.207	84.983	79.084
<b>(+) Debentures</b>	<b>258.937</b>	<b>253.964</b>	<b>260.704</b>	<b>549.809</b>	<b>555.276</b>
Circulante	10.427	5.348	11.982	15.249	555.276
Não circulante	248.510	248.616	248.722	534.560	0
<b>(+) Contas a pagar por aquisição de investimento</b>	<b>264.430</b>	<b>232.581</b>	<b>179.652</b>	<b>147.837</b>	<b>156.615</b>
Circulante	82.833	81.986	82.681	70.300	108.039
Não circulante	181.597	150.595	96.971	77.537	48.576
<b><u>(=) Dívida Total</u></b>	<b><u>692.446</u></b>	<b><u>646.773</u></b>	<b><u>687.526</u></b>	<b><u>907.136</u></b>	<b><u>916.775</u></b>
Circulante (%)	19,9%	19,9%	35,7%	23,2%	86,1%
Não circulante (%)	80,1%	80,1%	64,3%	76,8%	13,9%
<b>(-) Caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(183.870)</b>	<b>(162.205)</b>	<b>(213.132)</b>	<b>(405.914)</b>	<b>(98.131)</b>
<b><u>(=) Dívida Líquida</u></b>	<b><u>508.576</u></b>	<b><u>484.568</u></b>	<b><u>474.394</u></b>	<b><u>501.222</u></b>	<b><u>818.644</u></b>
Dívida Líquida/EBITDA Ajustado (12M)	2,7 X	2,5 X	2,5 X	3,3 X	NA

## Mercado de Capitais

Nesse primeiro trimestre de 2014, o desempenho da BPHA3 sofreu com a conjuntura de um mercado desaquecido somado aos grandes desafios de nosso processo de integração, unificação de sistemas, substituição de nossos centros de distribuição e seus efeitos ainda bastante presentes nos resultados apresentados no início do ano de 2014. Em 31 de março, a capitalização de mercado da Brasil Pharma totalizava R\$987,1 milhões com as ações cotadas a R\$3,85, uma desvalorização de 43,0% no ano contra a desvalorização de 2,1% do Ibovespa. O volume médio diário de negócios da BPHA3 foi de R\$4,4 milhões no 1T14, como consequência da desvalorização apresentada no período.



BPHA3	Fechamento 31.03.14
Ações Emitidas	256.384.419
Cotação (R\$/ação)	3,85
<b>Performance ano</b>	<b>-43,0%</b>
Índice Ibovespa	-2,1%
<b>Performance desde IPO¹</b>	<b>-55,3%</b>
Índice Ibovespa	-17,4%
Capitalização de mercado (R\$ Milhões)	987,1
Volume médio diário de negócios em 2014 (R\$ Milhões)	4,4

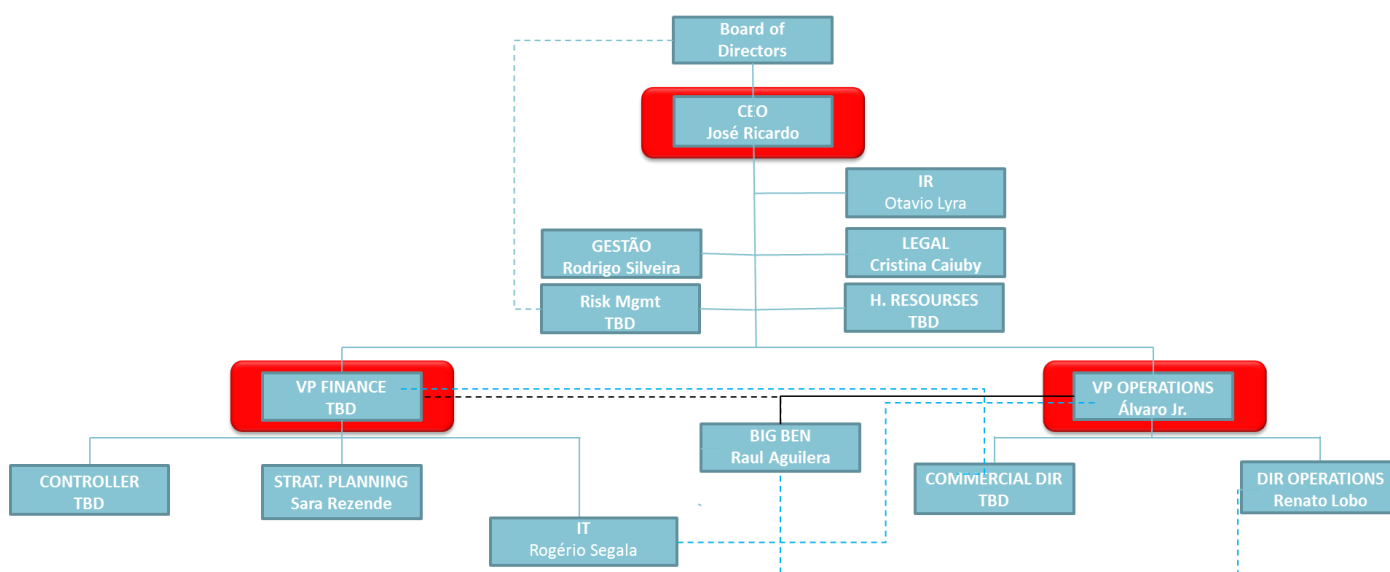
Fonte: Bloomberg, em 31 de março de 2014.  
 IPO da Companhia em 24 de junho de 2011.

## DESEMPENHO OPERACIONAL

## REESTRUTURAÇÃO:

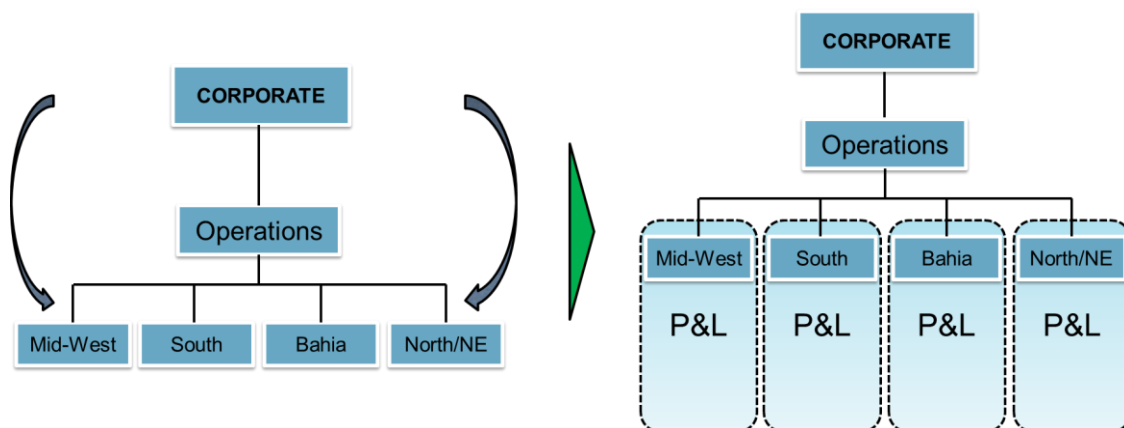
A partir de 2014, a Companhia ingressou em uma nova fase. Depois da fase de construção do posicionamento estratégico geográfico, até o início de 2012, e de quase 2 anos focados na integração e preparação das redes para o crescimento futuro, entramos em um período onde o principal objetivo do novo management da Brasil Pharma é a busca da rentabilização dos investimentos feitos no passado e da inversão da tendência de consumo de caixa apresentada em período de crescimento mais acelerado.

Para esta nova etapa, a estrutura organizacional da Companhia foi redesenhada para aliar a experiência forte em gestão e conhecimento da indústria e produtos à experiência focada no varejo farmacêutico e a uma fortificação da estrutura do Departamento Financeiro.



Desta forma, a Companhia pretende reforçar o controle sobre as operações, aumentando a interação dos diversos departamentos com o Financeiro, e agregar inteligência comercial ao negócio com o conhecimento específico dos produtos vendidos. Focará no aumento da precisão do controle sobre as verbas vindas da indústria, vendas para PBMs, volumes e descontos comerciais, otimização de impostos e outros custos indiretos e viabilidade da abertura de novas lojas.

Nessa nova estrutura, já foi dado início a disseminação da nova cultura de administração das plataformas, em que a Companhia atribui maior responsabilidade a cada um dos gerentes regionais, em conjunto com um alinhamento de suas metas e remuneração à rentabilização de cada uma das operações. Dessa forma, a Companhia implantará o “accountability” por plataformas, fazendo com que cada uma delas seja responsável por seu próprio P&L.



## STATUS DA INTEGRAÇÃO

No 1T14, foi dado prosseguimento ao movimento de integração das redes. A estabilização e unificação de sistemas continuam sendo o tema mais crítico para o desenvolvimento da inteligência comercial da Companhia e para o maior aproveitamento dos benefícios de escala de um modelo de negócios combinado. O período de transformações maiores está no passado e a rentabilização dos ativos, bastante prejudicados pelos efeitos já descritos, será buscada com rapidez.

## Comercial

Em logística, após a inauguração de dois novos CDs em 2013, a Companhia ainda possui alguns entraves ao melhor desempenho de seus CDs. A normalização das operações será muito importante para dar suporte ao processo de recuperação do nível de serviço e vendas da operação, prejudicados pela estrutura de suprimento inadequada para o porte da rede. Na medida em que a Companhia expandiu de forma relevante nos últimos anos para regiões além dos polos onde possui CDs, tornou-se necessário um estudo mais detalhado das oportunidades tributárias em cada um dos estados ocupados. Assim que os sistemas dos CDs atuais forem estabilizados durante esse primeiro semestre, a Companhia poderá se ocupar em buscar esses ganhos.

Na frente de Trade Marketing, durante 2013 os esforços foram focados na operação do Sul, dando sequencia aos ajustes de layout e mix muito bem sucedidos realizados em 2012 nas redes Guararapes (atualmente Big Ben) e Sant'Ana. Como resultado, foi registrado mais um trimestre de aumento de *share* de não medicamentos no *mix* destas redes. Para 2014, a Companhia buscará o retorno da rentabilidade das regionais via a retomada de crescimento da participação dos genéricos nas nossas vendas, em especial no Sul, e a minimização do capital de giro canalizando as atenções para a variedade de produtos presente nas lojas. Com o aumento da eficiência na distribuição de produtos via nossos CDs, será possível otimizar o número de produtos registrados nas lojas de cada rede, sempre respeitando as diversidades regionais existentes entre elas. A unificação do sistema comercial Gestão nas plataformas, a ser concluída em meados de julho com a implantação do sistema na Mais Econômica, facilitará esse trabalho. Além disso, a Companhia trabalhará para aumentar a inteligência de precificação dos espaços internos de suas lojas para maximizar o retorno dos investimentos feitos nos pontos de venda.

Na integração de Compras, com as mudanças recentes do management, foram dados os primeiros passos para o início da negociação de categorias específicas em conjunto com a plataforma N/NE. O volume de compras ainda é completamente dividido e, na medida em que esta plataforma é responsável por aproximadamente 45% das compras feitas pela Companhia, esse fato limita os benefícios de escala que poderiam ser extraídos do modelo integrado. Ainda em 2014, está planejado o início do aproveitamento da unificação e otimização das condições comerciais atuais das duas unidades de negócio hoje ainda presentes.

### Administrativo: Sistemas: SAP - Módulo BackOffice



2013 foi um importante ano para consolidação da estrutura do Centro de Serviços Compartilhados ("CSC"), em Brasília. Dando mais um passo rumo à simplificação dos processos e captura de sinergias operacionais, foi iniciada a frente de implantação do SAP para unificação dos sistemas de back-office utilizados no CSC. Até o final do ano passado, o sistema já tinha sido implantado nas plataformas do Centro-Oeste e da Bahia. Até julho de 2014, o sistema será implementado também na plataforma Mais Econômica, finalizando a implantação do sistema nas redes que hoje se encontram integradas no CSC.



Como já dito, a implantação faseada do SAP, apesar de mais longa e custosa, oferece menos riscos à operação.

As atividades de back-office da operação da Big Ben deverão ser incorporadas ao CSC após a estabilização do sistema SAP. Com a totalidade das atividades de back-office das redes Brasil Pharma rodando com um sistema único a partir de 2015, importantes ganhos são esperados para os anos seguintes, passando tanto pela maior agilidade na obtenção das informações contábeis e gerenciais quanto pela eliminação de estruturas duplicadas e de atividades operacionais extremamente manuais e pouco produtivas.

### Integração Operações – Treinamento e Cultura

A Companhia deu continuidade aos treinamentos da força de vendas com objetivo de aproximar e padronizar a experiência de consumo das diferentes regionais. Além de oferecer oportunidade de desenvolvimento profissional e plano de carreira aos colaboradores, o treinamento permite perpetuar o padrão de qualidade de atendimento aos clientes.

Para 2014, a Companhia pretende reduzir e, ao mesmo tempo, focar os treinamentos no conhecimento dos produtos vendidos com a finalidade de conseguir trabalhar um mix de vendas mais rentável e, ao mesmo tempo, minimizar os valores investidos, priorizando a rentabilização e a geração de recursos.

### Eventos Subsequentes

#### CAPITALIZAÇÃO

No dia 6 de maio de 2014, foi anunciado ao mercado a aprovação do aumento de capital social da Companhia, dentro do limite do capital autorizado, por subscrição privada, com atribuição de bônus de subscrição a serem conferidos como vantagem adicional ao subscritor das ações objeto do aumento de capital.

O aumento do capital social da Companhia será de R\$400,0 milhões, mediante a emissão de 106,7 milhões novas ações ao preço R\$3,75 por ação, fixando um prêmio de 10,29% sobre a cotação das ações no fechamento do mercado do dia 8 de abril, dia anterior à reunião do Conselho de Administração que recomendou o aumento de capital. Adicionalmente, será atribuído 0,3409 bônus de subscrição de emissão da Companhia, totalizando a emissão de até 36,4 milhões bônus de subscrição. Cada bônus conferirá ao titular o direito de subscrever a 1 ação ordinária, terá validade de 2 anos a partir da data de sua emissão e preço de exercício fixado em R\$5,50, podendo totalizar R\$200,0 milhões adicionais ao aumento de capital inicial.

Os acionistas titulares de ações da Companhia no dia 6 de maio de 2014 terão o prazo de 30 dias para o exercício do direito de preferência.

O BTG Pactual assumiu o compromisso de subscrever 100% das sobras de ações não subscritas pelos acionistas da Companhia, reforçando seu compromisso de longo prazo e total convicção no potencial da Brasil Pharma, na tese de investimento e na recuperação operacional da Companhia.

## APÊNDICE – DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADA – R\$'000

DRE	1T13*	1T14
<b>Receita bruta de vendas</b>	<b>803.467</b>	<b>929.299</b>
Deduções	(65.806)	(76.190)
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>737.661</b>	<b>853.109</b>
Custo da mercadoria vendida	(504.729)	(678.280)
<b>Lucro bruto</b>	<b>232.932</b>	<b>174.829</b>
<b>(Despesas) receitas operacionais:</b>	<b>(220.042)</b>	<b>(344.425)</b>
Despesas com vendas	(153.065)	(225.119)
Despesas gerais e administrativas	(51.940)	(66.699)
Outras (despesas) / receitas operacionais	1.425	(23.232)
Participação Funcionários e Administradores	-	(784)
Impairment	-	-
Depreciação e amortização	(16.462)	(28.591)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>12.890</b>	<b>(169.596)</b>
Resultado de equivalência patrimonial	(1.523)	(1.856)
Impairment	-	-
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(18.920)</b>	<b>(24.996)</b>
Receitas financeiras	5.693	7.414
Despesas financeira	(24.613)	(32.410)
<b>Lucro antes do imposto de renda e contribuição</b>	<b>(7.553)</b>	<b>(196.448)</b>
Imposto de renda e contribuição social	<b>566</b>	<b>11.152</b>
Corrente	(407)	(9)
Diferido	973	11.161
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>(6.987)</b>	<b>(185.296)</b>

\* Reflete o ajuste de reclassificação de verbas de trade realizado no encerramento do 1S13 retroativo ao 1T13.

**APÊNDICE – DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS AUDITADAS**  
**BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO – R\$'000**

<b>Ativo</b>	<b>1T13</b>	<b>1T14</b>
<b>Ativo circulante</b>	<b>1.165.265</b>	<b>1.130.690</b>
Caixa e equivalentes de caixa	183.870	98.131
Contas a receber	214.063	152.286
Acordos Comerciais		91.627
Estoques	607.990	666.239
Adiantamento a fornecedores	25.112	25.613
Créditos tributários e previdenciários	67.308	45.966
Outros ativos de curto prazo	66.922	50.828
<b>Ativo não circulante</b>	<b>1.656.152</b>	<b>1.677.438</b>
Investimento	31.875	7.339
Imobilizado	186.013	215.455
Intangível	1.347.764	1.339.285
Tributos diferidos	71.719	59.660
Outros ativos de longo prazo	18.781	55.699
<b>Total do ativo</b>	<b>2.821.417</b>	<b>2.808.128</b>
<b>Passivo</b>	<b>1T13</b>	<b>1T14</b>
<b>Passivo circulante</b>	<b>681.469</b>	<b>1.379.675</b>
Empréstimos e financiamentos	44.864	125.800
Contas a pagar por Aquisição de investimentos	82.833	108.039
Fornecedores	313.797	429.412
Repasses a pagar	40.972	345
Receita diferida	12.419	5.082
Obrigações Fiscais	6.223	3.850
Outros impostos e contribuições	45.926	40.554
Obrigações Sociais e Trabalhistas	60.621	2.520
Debentures	10.427	555.276
Outras obrigações de curto prazo	63.387	108.797
<b>Passivo não circulante</b>	<b>600.999</b>	<b>204.722</b>
Empréstimos e financiamentos	124.215	79.084
Contas a pagar por Aquisição de investimentos	181.597	48.576
Provisões	9.918	42.769
Outras obrigações de longo prazo	36.759	34.293
Debentures	248.510	-
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>1.538.949</b>	<b>1.223.731</b>
Capital social	1.382.379	1.392.657
Reserva de capital	179.693	183.885
Reservas de lucros	-	273
Resultado acumulado	(23.123)	(353.084)
<b>Total do passivo e patrimônio líquido</b>	<b>2.821.417</b>	<b>2.808.128</b>

APÊNDICE – DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS AUDITADAS  
 DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO – R\$'000

<b>Fluxo de Caixa</b>	<b>1T13</b>	<b>1T14</b>
<b>Das atividades operacionais</b>		
Lucro (prejuízo) antes do imposto de renda e contribuição social	(7.553)	(196.448)
<b>Ajustes que não representam entrada ou saída de caixa:</b>	<b>40.851</b>	<b>48.163</b>
Depreciações e amortizações	16.462	28.591
Juros e variação cambial	10.804	10.005
Outros	13.585	9.567
<b>(Acréscimo) decréscimo em ativos</b>	<b>(97.799)</b>	<b>23.287</b>
(Acréscimo) decréscimo em Contas a receber	(2.806)	(93.772)
(Acréscimo) decréscimo em Estoques	(59.474)	100.306
(Acréscimo) decréscimo em Adiantamento à fornecedores	(8.474)	(11.235)
(Acréscimo) decréscimo em Impostos diferidos	-	-
(Acréscimo) decréscimo em Outros ativos	(27.046)	27.988
<b>Acréscimo (decréscimo) em passivos</b>	<b>1.477</b>	<b>(144.436)</b>
Acréscimo (decréscimo) em Fornecedores	(20.862)	(117.001)
Acréscimo (decréscimo) em Obrigações fiscais	15.812	10.165
Acréscimo (decréscimo) em Salários e encargos sociais	(7.277)	4.455
Acréscimo (decréscimo) em Outros passivos	13.804	(42.055)
Imposto de renda e Contribuição social pagos	(600)	(1.235)
<b>Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>(63.625)</b>	<b>(270.669)</b>
<b>Das atividades de investimento</b>		
Aquisições de imobilizado	(12.755)	(17.493)
Participações permanentes em outras sociedades	(80.903)	3.688
Aquisições de intangíveis	(12.167)	(16.441)
Aquisição de controlada, líquida de caixa adquirida	-	-
<b>Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento</b>	<b>(105.825)</b>	<b>(30.246)</b>
<b>Das atividades de financiamento</b>		
Captação de empréstimo e financiamento	5.627	2.452
Pagamento de empréstimo e financiamento	(21.058)	(9.619)
Aumento de capital	-	299
Debentures	-	-
Dividendos a pagar	-	-
<b>Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento</b>	<b>(15.431)</b>	<b>(6.868)</b>
<b>Aumento (redução) das disponibilidades</b>	<b>(184.881)</b>	<b>(307.783)</b>
<b>Disponibilidades</b>		
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	368.751	405.914
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	183.870	98.131

## NOTA IMPORTANTE

Este documento pode conter projeções e estimativas futuras relacionadas à Companhia e suas controladas que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua administração com respeito à sua performance, seus negócios e eventos futuros. Estas projeções e estimativas estão sujeitas a riscos e incertezas relacionados a fatores que não podem ser controlados ou precisamente estimados pela Companhia, tais como condições de mercado, ambiente competitivo, flutuações de moeda e da inflação, mudanças em órgãos reguladores e governamentais e outros fatores relacionados às operações da Companhia, sendo que os resultados futuros da Companhia poderão diferir materialmente daqueles projetados.

Os leitores são advertidos a não tomarem decisões exclusivamente com base nestas projeções e estimativas. As projeções e estimativas não representam e não devem ser interpretadas como garantia de desempenho futuro. A Companhia não se obriga a publicar qualquer revisão ou atualizar essas projeções e estimativas frente a eventos ou circunstâncias que venham a ocorrer após a data deste documento.

Este documento contém informações operacionais e outras informações proforma gerenciais internas da Companhia, não derivadas diretamente das demonstrações financeiras, as quais não foram objeto de revisão especial pelos auditores independentes da Companhia e podem envolver premissas e estimativas adotadas pela administração. Tais informações não devem ser consideradas de forma isolada como suficientes para qualquer decisão de investimento e devendo ser lidas em conjunto com as informações financeiras da Companhia objeto de revisão limitada ou auditoria arquivadas junto à CVM.

A Companhia e suas controladas, bem como seus conselheiros, diretores, agentes, funcionários, consultores ou representantes, não se responsabilizam por quaisquer perdas ou prejuízos decorrentes da informação apresentada ou contida neste documento, ou por qualquer dano dela resultante, correspondente ou específico. Os dados incluídos neste documento foram obtidos por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais, sendo que a Companhia não checkou a precisão destes dados com as respectivas fontes.

## CONTATO RELAÇÕES COM INVESTIDORES - RI

**José Ricardo Mendes da Silva**

CEO e Diretor de RI

**Daniel Alves**

Analista

**Otavio Lyra**

Gerente

Telefone: +55 (11) 2117- 5299 / 5230

E-mail: [ri@brph.com.br](mailto:ri@brph.com.br)

Website: [www.brasilpharma.com.br/ri](http://www.brasilpharma.com.br/ri)