

PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL

Consoante a Lei 11.101/2005 e Lei Complementar 147/2014

UTILDROGAS DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS LTDA
TRÍADE AGRIBUSINESS E ADMINISTRAÇÃO DE BENS PRÓPRIOS LTDA
POLYPHARMA DISTRIBUIDORA MÉDICO HOSPITALAR EIRELI
STOCK COMERCIAL HOSPITALAR LTDA
PHARMA DISTRIBUIDORA LTDA. – ME
AZ PARTICIPAÇÕES LTDA
ZANONE ALVES DE CARVALHO JÚNIOR
ANDRÉ LUIZ DE FREITAS
EDGAR LUIS DE FREITAS

PROCESSO N° 5259900.53.2018.8.09.0011
4ª VARA CÍVEL - COMARCA DE APARECIDA DE GOIÂNIA (GO)

27 de agosto de 2018

SUMÁRIO

1. Nota de abertura	4
1.1. Da tempestividade	5
2. Aspectos organizacionais	5
2.1. Definição da atividade empresarial, quadro societário e endereço	5
2.2. Da Gestão do Grupo	10
2.3. Estrutura Organizacional	12
2.3.1. Breve histórico	14
2.3.2. Missão do Grupo	16
2.3.3. Visão do Grupo	16
2.3.4. Controles Gerenciais	16
2.4. Mercado	16
2.4.1. Principais produtos e serviços	16
2.4.2. Principais Clientes	18
2.4.3. Principais fornecedores	19
2.4.4. Principais concorrentes	20
2.4.5. Parâmetros de comercialização no cenário recuperacional	21
2.4.5.1. Sistemática de comercialização	21
2.4.5.2. Políticas de compras no cenário recuperacional	22
2.4.5.2.1. Aspectos de comercialização	22
2.4.5.3. Políticas de vendas	22
2.4.5.3.1. Aspectos de comercialização	22
2.4.5.4. Estratégias de marketing	23
2.5. Diferenciais Competitivos	23
2.6. Análise Macroeconômica do setor	24
2.6.3 - MERCADO FARMACEUTICO X DISTRIBUIDORES	30
2.6.9 - MERCADO FARMACÊUTICO PREVÊ CRESCIMENTO DE DOIS DÍGITOS	49
2.6.11 - SETOR FARMACÊUTICO EM 2018	52
2.6.12 - O FUTURO DO SETOR FARMACÊUTICO	55
3. O Plano de recuperação judicial	56
3.1. Motivos da crise	56
3.2. Primeira relação de credores	59
3.3. Plano de reestruturação operacional	60
3.4. Plano de reestruturação financeira	61

3.4.1 Proposta de pagamento aos credores sujeitos à recuperação judicial e aderentes..	61
3.4.1.1. Venda de ativos.....	62
4. Demonstração da viabilidade econômica (art. 53, II e III, LRF)	64
4.1 Premissas e cálculos técnicos.....	64
5. Considerações finais.....	69
6. Conclusão	70
DOC 01 APROVAÇÃO DO LOTEAMENTO CIDADE NOVA	71



1. Nota de abertura

O GRUPO UTILDROGAS, através das empresas **UTILDROGAS DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 01.072.835/0001-10, **STOCK COMERCIAL HOSPITALAR LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 00.995.371/0001-50, **PHARMA DISTRIBUIDORA LTDA. – ME**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 07.418.863/0001-22, **POLYPHARMA DISTRIBUIDORA MÉDICO HOSPITALAR EIRELI**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n. 07.886.006/0001-57, **AZ PARTICIPAÇÕES LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n. 14.630.258/0001-86 e **TRÍADE AGRIBUSINESS E ADMINISTRAÇÃO DE BENS PRÓPRIOS LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n. 20.043.752/0001-47, com suas matrizes localizadas no estado de Goiás – GO, incluindo também **ZANONE ALVES DE CARVALHO JÚNIOR¹**, brasileiro, casado, produtor rural e empresário, pessoa física inscrita no CPF sob o número 592.344.311-20, **ANDRÉ LUIZ DE FREITAS²**, brasileiro, casado, produtor rural e empresário, pessoa física inscrita no CPF sob o número 607.508.471-15, **EDGAR LUIS DE FREITAS³**, brasileiro, casado, produtor rural e empresário, pessoa física inscrita no CPF sob o número 021.273.001-06, todos denominados doravante “RECUPERANDAS”, pelos motivos apresentados neste Plano de Recuperação Judicial, que passa a ser ora designado como “PLANO”, requereram a proteção legal da Recuperação Judicial em 05/06/2018, no prazo de contestação quanto a pedido de falência proposto pelo credor **LABORATÓRIO TEUTO BRASILEIRO S.A.**, processo nº 5259900.53.2018.8.09.0011 e teve seu processamento deferido pelo Exmo. Dr. Juiz de Direito da 4ª Vara Cível da Comarca de Aparecida de Goiânia (GO), Dr. Hamilton Gomes Carneiro, em 25/06/2018, conforme decisão publicada no DJe-GO nº 2.533 - Suplemento, publicado em 27/06/2018, nomeando no mesmo ato como Administrador Judicial o Dr. Leandro Almeida de Santana, OAB GO 36.957.

Nos termos do artigo 53 da Lei 11.101/2005 – Lei de Recuperação de Empresas e Falências, doravante denominada “LRF”, as RECUPERANDAS apresentam seu PLANO com medidas de caráter administrativo, operacional, econômico-financeiro e jurídico, necessárias à superação da situação de crise econômico-financeira.

Convergindo para uma distribuição equilibrada do ônus da recuperação judicial, estão aqui pormenorizados os meios de recuperação a serem empregados, as condições para

¹ Matéria agravada aguardando decisão do TJ GO.

² Matéria agravada aguardando decisão do TJ GO.

³ Matéria agravada aguardando decisão do TJ GO.

pagamento dos credores e as devidas demonstrações de viabilidade econômico-financeira, mantidas as premissas econômicas consideradas.

Atendendo ao disposto no inciso III do art. 53 da LRF, as RECUPERANDAS providenciaram, ainda, laudo de avaliação dos bens e ativos, que está sendo juntado ao processo também nesta data.

1.1. Da tempestividade

Art. 53, Lei 11.101/2005. “O Plano de recuperação será apresentado pelo devedor em juízo **no prazo improrrogável de 60 (sessenta) dias da publicação da decisão que deferir o processamento da recuperação judicial**, sob pena de convação em falência”. (grifo nosso)

Art. 216, CPC. “Além dos declarados em lei, são feriados, para efeito forense, os sábados, **os domingos** e os dias em que não haja expediente forense”. (grifo nosso)

Data da publicação da decisão do processamento 27/06/2018 (quarta-feira)
Data final para apresentação do Plano (em dias corridos) 26/08/2018 (domingo)

2. Aspectos organizacionais

2.1. Definição da atividade empresarial, quadro societário e endereço

2.1.1 – PESSOAS JURÍDICAS

UTILDROGAS DISTR. DE PRODUTOS FARMACÉUTICOS LTDA

MATRIZ – 01.072.835/0001-10

Filial 01 – 01.072.835/0002-09

Filial 02 – 01.072.835/0003-81

Filial 03 – 01.072.835/0004-62

Filial 04 – 01.072.835/0005-43

Filial 05 - 01.072.835/0006-24

CNAE principal

46.44-3-01 - Comércio atacadista de medicamentos e drogas de uso humano

CNAE secundário

- 49.30-2-01 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, municipal
 49.30-2-02 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional
 46.49-4-01 - Comércio atacadista de equipamentos elétricos de uso pessoal e doméstico
 46.52-4-00 - Comércio atacadista de componentes eletrônicos e equipamentos de telefonia e comunicação
 46.51-6-01 - Comércio atacadista de equipamentos de informática.

Quadro societário

Sócios	Quotas	Valor Total	(%)
AZ Participações LTDA	1.200.000	1.200.000,00	66,67%
Edgar Luís de Freitas	600.000	600.000,00	33,33%
Total	1.800.000	1.800.000,00	100,00%

Endereço

Matriz: Rua Timbiras c/ Rua Aimorés, Quadra 26, Lote 001-E, Galpão 03, Jardim Eldorado, CEP 74.993-170, Aparecida de Goiânia – GO.

Filial 01: 112 Sul, Rua SR-03, Conjunto 06, Lote 09, Plano Diretor Sul, CEP 77.020-172, Palmas -TO.

Filial 02: QS 07, Rua 800, Lote 11, Lojas 02 e 03, CEP 71.971-540, Taguatinga – DF.

Filial 03: Av. Goianazes, Quadra 25, Lote 11 a 26 e Quadra 26, Lote 01/E, Sala 02, Jardim Eldorado DIMAG, CEP 74.993-100, Aparecida de Goiânia – GO.

Filial 04: Av. dos Franceses, nº 13, Tirirical, CEP 65.055-085, São Luiz – MA.

Filial 05: Av. Professor Valter Alencar, nº 2630-A, Galpões 01 e 02, Bairro Macaúba, CEP 64.016-096, Teresina – PI.

STOCK COMERCIAL HOSPITALAR LTDA

MATRIZ – 00995.371/0001-50

(Não possui filiais)

CNAE principal

46.44-3-01 - Comércio atacadista de medicamentos e drogas de uso humano

CNAE secundário

- 49.30-2-01 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, municipal
 49.30-2-02 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional
 46.39-7-01 - Comércio atacadista de produtos alimentícios em geral
 46.46-0-01 - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria
 52.11-7-01 - Armazéns gerais – emissão de warrant
 46.49-4-08 - Comércio atacadista de produtos de higiene, limpeza e conservação domiciliar
 46.45-1-01 - Comércio atacadista de instrumentos e materiais para uso médico, cirúrgico, hospitalar e de laboratórios
 46.45-1-02 - Comércio atacadista de próteses e artigos de ortopedia
 46.45-1-03 - Comércio atacadista de produtos odontológicos
 46.64-8-00 - Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso odonto-médico-hospitalar; partes e peças
 46.46-0-02 - Comércio atacadista de produtos e higiene pessoal

Quadro societário

Sócios	Quotas	Valor Total	(%)
--------	--------	-------------	-----

André Luiz de Freitas	1.667.000	1.667.000,00	33,34%
Terezinha C. de Freitas	1.666.500	1.666.500,00	33,33%
Zanone Alves de C. Júnior	1.666.500	1.666.500,00	33,33%
Total	5.000.000	5.000.000,00	100,00%

Endereço

Matriz: Av. Goianazes, Quadra 25, Lote 11 a 26 e Quadra 26, Lote 01/E, Jardim Eldorado DIMAG, CEP 74.993-100, Aparecida de Goiânia – GO.
(Não possui filiais).

PHARMA DISTRIBUIDORA LTDA

MATRIZ – 07.418.863/0001-22

Filial 01 – 07.418.863/0002-03

CNAE principal

46.45-1-01 - Comércio atacadista de instrumentos e materiais para uso médico, cirúrgico, hospitalar e de laboratórios

CNAE secundário

46.44.3.01 - Comércio atacadista de medicamentos e drogas de uso humano

46.45-1-02 - Comércio atacadista de próteses e artigos de ortopedia

46.45-1-03 - Comércio atacadista de produtos odontológicos

86.40-2-02 - Laboratórios clínicos.

Quadro societário

Sócios	Quotas	Valor Total	(%)
Zanone Alves de Carvalho Júnior	38.090	38.090,00	38,09%
Edgar Luís Freitas	19.040	19.040,00	19,04%
George Luiz de Freitas	14.290	14.290,00	14,29%
Alba Nuzia de Freitas Martins	14.290	14.290,00	14,29%
Lívia Vanessa de Freitas Martins	14.290	14.290,00	14,29%
Total	100.000	100.000,00	100,00%

Endereço

Matriz: Rua Timbiras com Rua Aimorés, Quadra 26, Lote 01-E, Galpão 01, Jardim Eldorado, CEP 74.993-170, Aparecida de Goiânia – GO.

Filial 01: Rodovia Mário Covas, nº 463A, Coqueiro, CEP 67.115-000, Ananindeua -PA.

POLYPHARMA DISTRIBUIDORA MÉDICO HOSPITALAR EIRELI

MATRIZ – 07.886.0006/0001-57

(Não possui filiais)

CNAE principal

46.44-3-01 - Comércio atacadista de medicamentos e drogas de uso humano

CNAE secundário

46.45-1-01 - Comércio atacadista de instrumentos e materiais para uso médico, cirúrgico, hospitalar e de laboratórios
 46.45-1-03 - Comércio atacadista de produtos odontológicos
 46.46-0-01 - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria
 46.49-4-08 - Comércio atacadista de produtos de higiene, limpeza e conservação domiciliar
 46.64-8-00 - Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso odonto-médico-hospitalar; partes e peças
 46.45-1-02 - Comércio atacadista de próteses e artigos de ortopedia
 46.84-2-99 - Comércio atacadista de outros produtos químicos e petroquímicos não especificados anteriormente
 46.52-4-00 - Comércio atacadista de componentes eletrônicos e equipamentos de telefonia e comunicação
 46.51-6-01 - Comércio atacadista de equipamentos de informática
 46.12-5-00 - Representantes comerciais e agentes do comércio de combustíveis, minerais, produtos siderúrgicos e químicos
 46.83-4-00 - Comércio atacadista de defensivos agrícolas, adubos, fertilizantes e corretivos do solo
 46.42-7-02 - Comércio atacadista de roupas e acessórios para uso profissional e de segurança do trabalho
 46.69-9-99 - Comércio atacadista de outras máquinas e equipamentos não especificados anteriormente; partes e peças
 46.39-7-01 - Comércio atacadista de produtos alimentícios em geral
 46.42-7-01 - Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios, exceto profissionais e de segurança
 49.30-2-01 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, municipal
 49.30-2-02 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional.

Quadro societário

Sócios	Quotas	Valor Total	(%)
Edgar Luís de Freitas	300.000	300.000,00	100,00%
Total	300.00	300.000,00	100,00%

Endereço

Matriz: Rua Tupinambas c/ Av. Goianazes, Quadra 25, Lote 11 a 26, Galpão 02, Bairro Jardim Eldorado DIMAG, CEP 74.993-180, Aparecida de Goiânia – GO.
 (Não possui filiais)

AZ PARTICIPAÇÕES LTDA

MATRIZ – 14.630.258/0001-86

Filial 01 – 14.630.258/0002-67

Filial 02 – 14.630.258/0003-48

Filial 03 – 14.630.258/0004-29

CNAE principal

64.63-8-00 - Outras sociedades de participação, exceto holdings

CNAE secundário

46.23-1-01 - Comércio atacadista de animais vivos
 01.51-2-01 - Criação de bovinos para corte
 01.54-7-00 - Criação de suínos
 46.23-1-99 - Comércio atacadista de matérias-primas agrícolas não especificadas anteriormente
 01.19-9-99 - Cultivo de outras plantas de lavoura temporária não especificadas anteriormente
 64.40-9-00 - Arrendamento mercantil
 46.61-3-00 - Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso agropecuário; partes e peças
 46.62-1-00 - Comércio atacadista de máquinas, equipamentos para terraplenagem, mineração e construção; partes e peças
 49.30-2-02 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional.

Quadro societário

Sócios	Quotas	Valor Total	(%)
André Luiz de Freitas	1.458.333	1.458.333,00	50,00%
Zanone Alves de Carvalho Júnior	1.458.333	1.458.333,00	50,00%
Total	2.916,666	2.916.666,00	100,00%

Endereço

Matriz: Av. Goianazes, Quadra 25, Lotes 11/26, s/n, Sala 01, Jardim Eldorado, CEP 14.993-100, Aparecida de Goiânia – GO.

Filial 01: Rodovia GO 3, Km 19, Fazenda Poções, Zona Rural, CEP 75.380-000, Trindade - GO.

Filial 02: Rodovia BR 060, Km 232, Condomínio Fazenda Boa Vista, Zona Rural, CEP 76.195-000, Cezarina – GO.

Filial 03: BR 163, Fazenda Acori, Zona Rural, CEP 78.190-000, Barão de Melgaço – MT.

TRÍADE AGRIBUSINESS E ADMINISTRAÇÃO DE BENS PRÓPRIOS LTDA

MATRIZ – 20.043.752/0001-47

(Não possui filiais)

CNAE principal

01.51-2-01 – Criação de bovinos para corte

CNAE secundário

01.51-2-02 – Criação de bovinos para leite

01.13-0-00 – Cultivo de cana-de-açúcar

01.15-6-00 – Cultivo de soja

01.11-3-02 – Cultivo de milho

Quadro societário

Sócios	Quotas	Valor Total	(%)
Cynthia Monteiro Carvelo Freitas	1.645.550	1.645.550,00	99,73%
André Luiz de Freitas	4.450	4.450,0	0,27%

Total	1.650.000	1.650.000,00	100,00%
-------	-----------	--------------	---------

Endereço

Matriz: Rua Octávio D. Oliveira, s/n, Quadra 04, Lote 11, Monte Sinai, CEP 75.380-000, Trindade – GO.

(Não possui filiais).

2.1.2 – PESSOAS FÍSICAS

ZANONE ALVES DE CARVALHO JÚNIOR, brasileiro, casado, produtor rural e empresário, pessoa física inscrita no CPF sob o número 592.344.311-20, domiciliado profissionalmente na Av. Goianazes, Qd. 25, Lt. 11/26, sala 01, sem número, Jardim Eldorado, Aparecida de Goiânia – GO.

ANDRÉ LUIZ DE FREITAS, brasileiro, casado, produtor rural e empresário, pessoa física inscrita no CPF sob o número 607.508.471-15, domiciliado profissionalmente na Av. Goianazes, Qd. 25, Lt. 11/26, sala 01, sem número, Jardim Eldorado, Aparecida de Goiânia – GO.

EDGAR LUIS DE FREITAS, brasileiro, casado, produtor rural e empresário, pessoa física inscrita no CPF sob o número 021.273.001-06, domiciliado profissionalmente na Av. Goianazes, Qd. 25, Lt. 11/26, sala 01, sem número, Jardim Eldorado, Aparecida de Goiânia – GO.

2.2. Da Gestão do Grupo

As empresas são administradas de forma independente administrativa e comercialmente, porém centralizada do ponto de vista financeiro e estratégico. Em todos os casos, assim, os sócios representam o núcleo da gestão.

Com relação as questões operacionais a gestão é descentralizada, sendo os encarregados de cada setor responsáveis pelas tomadas de decisões. Nas empresas de maior estrutura os sócios atuam também em formato de conselho diretivo a fim de tomar decisões estratégicas de maior relevância.

As empresas apresentam políticas de cargos estruturada através de sistema de meritocracia. Estão departamentalizadas por funções e atividades afins, previamente definidas. Ressalta-se ainda que em função de existir processos ou tarefas que não exigem dedicação exclusiva de um profissional, em razão de baixa ou média

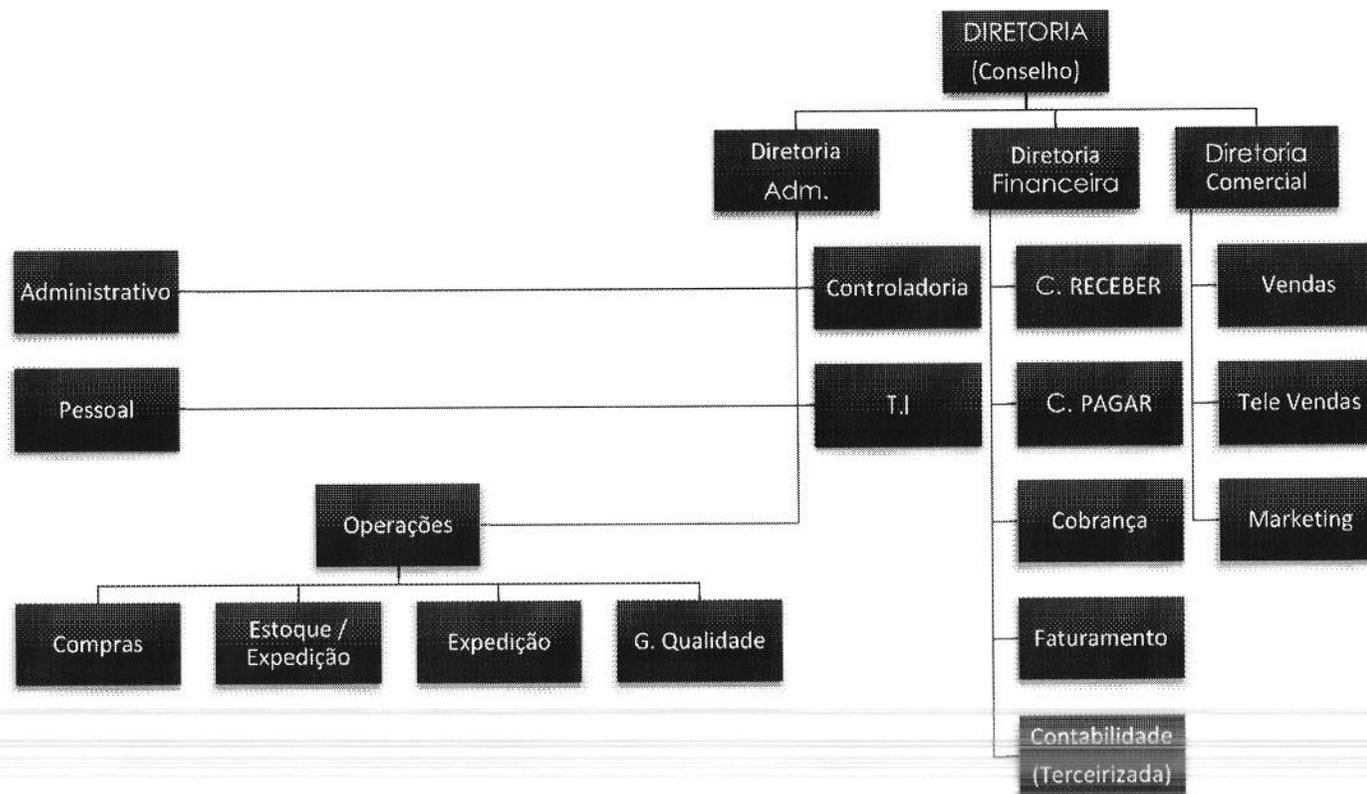
complexibilidade ou por volume de atribuições, algumas funções correlatas mencionadas no organograma estão agrupadas em um mesmo colaborador.

A atividade rural é exercida, na mesma intensidade, tanto em nome da empresa AZ quanto no nome das pessoas físicas dos Srs. André, Zanone e Edgar. Os mesmos possuem inscrição de agropecuaristas há anos e os negócios são conduzidos em conjunto.

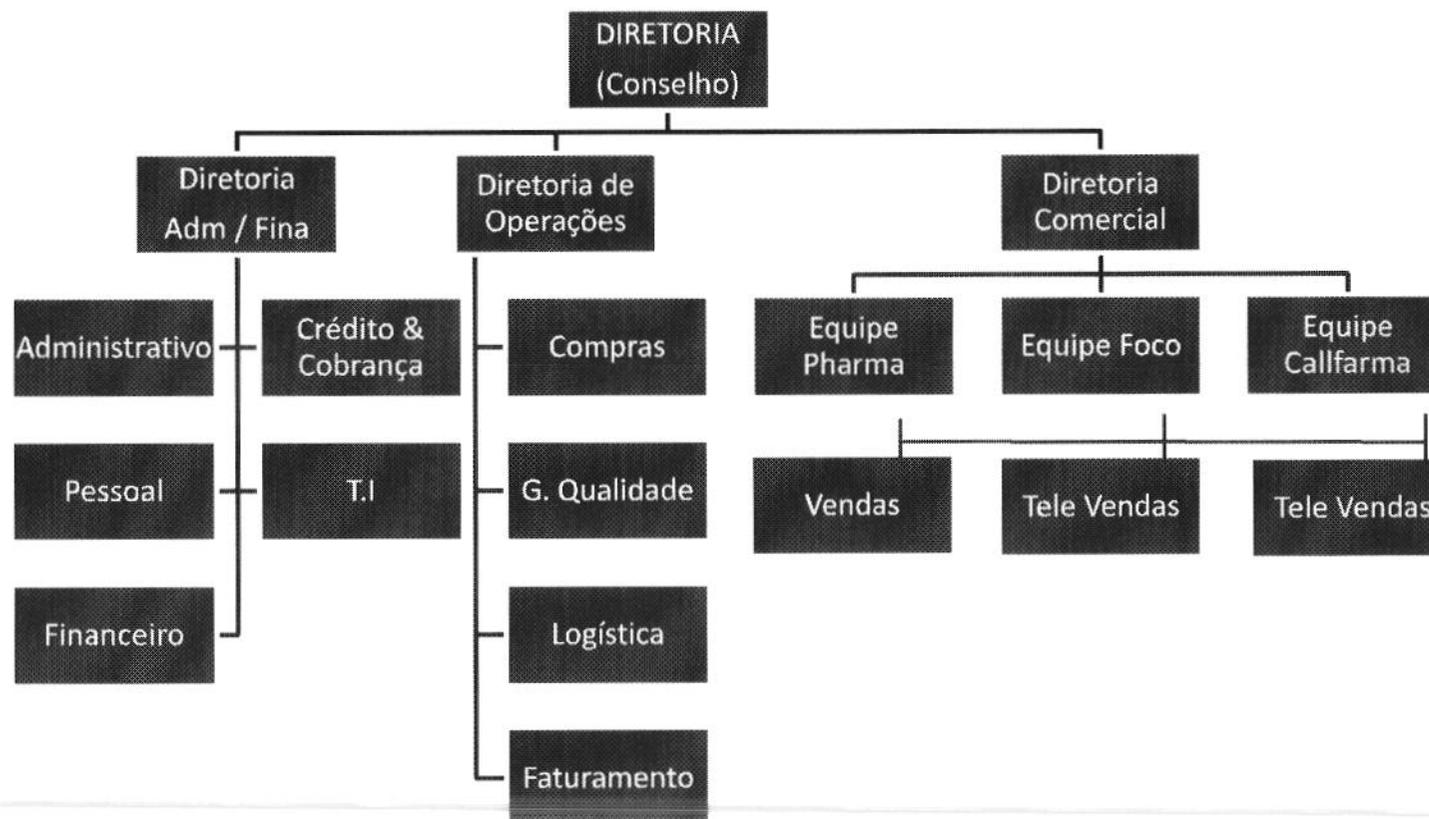
O Plano de Recuperação contempla, após estudo da viabilidade econômica e financeira, a concentração das empresas, mantendo em seu processo de soerguimento as razões sociais UTILDROGAS DIST. DE PROD. FARMACÊUTICOS e PHARMA DISTRIBUIDORA LTDA. Esta estratégia visa o agrupamento de operações que atuam em segmento similar (distribuição de produtos farmacêuticos) em apenas dois CNPJs, reduzindo custos, menor dependência de capital de giro, maior eficiência nos processos, maior foco comercial, melhores condições de controle em função da simplificação das empresas e, sobretudo, melhor rentabilidade do negócio, permitindo a retomada de forma consistente e sistemática do grupo empresarial.

2.3. Estrutura Organizacional

2.3.1 – UTILDROGAS DISTRIBUIDORA



2.3.1 – PHARMA DISTRIBUIDORA



2.3.1. Breve histórico

O Grupo Utildrogas surgiu em 1995 com a implantação da empresa Stock Diagnósticos Ltda, focada na venda de reagentes para bancos de Sangue.

Em 1999 foi transformada em Stock Comercial Hospitalar, ampliando seu foco de atuação para o segmento hospitalar, onde nesta ocasião, ocorreu a mudança societária para a atual composição. A empresa buscava atuação no mercado público, através dos processos de licitação.

Em 2005, ocorreu a aquisição da empresa Utildrogas, que já atuava no ramo farmacêutico, na qual possuía dentre outros fornecedores a semi exclusividade de representação de produtos do Laboratório Neo Química. O foco era atuar no segmento de varejo, ou seja, distribuir produtos para farmácias.

Neste mesmo ano de 2005 foi criada a empresa Pharma, a qual também teria o foco para atuar no segmento de distribuição de produtos para farmácias, porém em linhas ou mix distintos da Utildrogas. A Pharma obteve a representação do Laboratório Teuto, dentre outros laboratórios.

Crescia, assim, o relacionamento do grupo com indústrias de medicamentos.

Em 2012, após o crescimento e desenvolvimento das empresas retro mencionadas, o grupo decidiu diversificar os investimentos, passando então ao agronegócio, exercendo em nome dos sócios atividades empresariais rurais e através da empresa AZ Participações (fundada em 11/2011), no segmento de pecuária de corte.

Posteriormente, ocorreu a aquisição da empresa Polypharma, com foco nos mercados de hospitais e clínicas. Posteriormente veio atuar também no mercado público.

Em paralelo, ao longo de todos esses anos de aquisições, ocorre o crescimento das demais empresas, em especial a Pharma e Utildrogas, com expansões em atuações em outros estados, por meio da abertura de filiais. Destacam-se os estados do Pará, Maranhão, Tocantins, Piauí e Distrito Federal.

Em 2013 os primeiros sinais de problemas começam a aparecer de forma mais significativa na empresa Stock, que passou a sofrer com a forte inadimplência dos órgãos públicos, levando ao início da dependência de capital oneroso (terceiros) para financiar suas operações.

Em paralelo, as empresas que atuavam no segmento de varejo, face a abertura de diversas filiais, passaram também a buscar capital de terceiros para financiar suas operações. Ressaltamos que nesta época o crédito era abundante e com taxas competitivas, o que possibilitou a alavancagem das operações.

Em 2013 e 2014, o Grupo aproveitou as taxas competitivas para também realizar investimentos fixos, alavancando seu endividamento junto a terceiros, porém dentro de uma estratégia de expansão, viabilizada pelo crescimento constante das vendas.

Em 2015, o mercado sofreu fortes intempéries, mudando radicalmente sua performance de demanda. Com a crise econômica e financeira brasileira, as instituições financeiras passaram a reduzir os limites de crédito e elevar as taxas praticadas, além dos próprios fornecedores que até então atuavam com prazos mais dilatados e, alguns casos, sem juros. Surge nesta época os primeiros casos de inadimplência do Grupo frente a fornecedores.

O Grupo enfrentou o problema e buscou renegociar junto aos bancos e fornecedores, alongando as dívidas. Tais alongamentos, no entanto, resultavam em fôlego temporário e ilusório, pois estas renegociações implicaram em revisões de taxas de juros, que foram sistematicamente majoradas a cada prorrogação.

As dificuldades foram aumentando de forma significativa. Queda nas vendas, aumento dos custos e, conseqüentemente, redução nas margens e prejuízos. Registra-se uma das maiores crises financeiras generalizadas experimentadas neste país. Houve tentativas de venda de ativos para honrar os compromissos, porém o caso do Tocantins frustrou essa estratégia.

Em 2016 ocorre “a gota d’água”, episódio em que os sócios tiveram todos os seus bens bloqueados por uma ação Civil Pública do Governo do Tocantins, que alegou que as empresas do Grupo Utildrogas não haviam cumprido contratos vencidos por processos licitatórios. Apesar da comprovação de entrega de todas as mercadorias vendidas, através de relatórios de consumo dos produtos dentro dos hospitais, o Juízo do referido processo optou pela manutenção dos bloqueios, que perduram até hoje. Limites de crédito foram cancelados, vencimentos de obrigações antecipados unilateralmente, impostos não foram pagos e conseqüentemente cancelamentos de TARE’s ocorreram em alguns estados, inviabilizaram completamente as operações.

Em 2017, ainda na luta pelo soerguimento, o Grupo paralisou a venda aos governos estaduais e municipais pela empresa Stock, que apresentava dois anos consecutivos de prejuízos econômicos e caixa totalmente deteriorado pela inadimplência dos clientes do setor público. A carteira a receber de tais clientes é considerável.

Em função da falta de recursos a operação de pecuária foi reduzida e a tentativa de venda de ativos mantida, apesar das restrições das matrículas por parte da ACP do Tocantins.

Com a redução das operações comerciais e o acúmulo de mais de R\$35.000.000,00 (trinta e cinco milhões) de prejuízo em dois anos, a capacidade financeira e econômica do Grupo se deteriorou a ponto do presente pedido de recuperação judicial figurar como sua

última alternativa de soerguimento, sobremaneira a vista de pedido de falência formulado contra uma das empresas do Grupo pelo credor Teuto.

2.3.2. Missão do Grupo

Distribuir o melhor mix de produtos para o segmento farmacêutico, com eficiência e competitividade, buscando a satisfação do cliente.

2.3.3. Visão do Grupo

Ser líder na distribuição de produtos farmacêuticos, nos mercados onde atuar, com foco em resultados.

2.3.4. Controles Gerenciais

As Utildrogas e Pharma manterão a utilização do sistema de gestão SIAC, software que atende adequadamente as necessidades das operações, em todas as unidades organizacionais.

2.4. Mercado

2.4.1. Principais produtos e serviços

Os principais produtos a serem ofertados pelo Grupo através das empresas Utildrogas e Pharma, em seu processo de recuperação e reestruturação corresponderão, principalmente, às linhas que perfaziam seu mix de comercialização antes do período de crise: Produtos hospitalares e farmacêuticos. No entanto, neste novo ciclo empresarial, o Grupo buscará novos modelos estratégicos de comercialização, onde descamos uma maior pulverização quanto a fornecedores (Laboratórios de pequeno e médio porte), além de inclusão de linhas que permitem melhor rentabilidade.

É importante mencionar que ambas as empresas irão trabalhar com linha de produtos similares, porém com fornecedores e marcas distintas, inclusive com equipes e estratégias de vendas independentes.

Não há ou haverá produção própria, ou seja, todos os produtos são de revenda, sendo ofertado produtos de alto padrão de qualidade com marcas reconhecidas e consolidadas no mercado nacional e internacional. Desta forma, apresentaremos a seguir por empresa, as principais linhas de comercialização, bem como as respectivas previsões de representatividade no faturamento.

- **UTILDROGAS**

- Material Hospitalar

- Estima-se uma representatividade de 15% no faturamento da empresa em questão;
- Corresponde a uma linha ampla, onde se destaca a comercialização de luvas, álcool, seringas e demais correlatos;
- Esta linha já fazia parte do mix da produtos da empresa, antes do período de crise.

- Medicamentos

- Estima-se uma representatividade de 65% no faturamento da empresa em questão;
- Corresponde a linha direcionada ao segmento de farmácias e com um mix bastante expressivo.
- Esta linha já fazia parte do mix da produtos da empresa, antes do período de crise.

- Suplementos Alimentares

- Estima-se uma representatividade de 10% no faturamento da empresa em questão;
- Corresponde a uma linha ampla, abrangendo as seguintes categorias: hipercalórico, proteicos, termogênico, antioxidante, hormonal, entre outros;
- Trata-se de uma linha nova no processo comercial da empresa, contemplando parte do seu plano estratégico de reestruturação, que visa a inclusão e oferta de produtos com melhores margens e crescente demanda.

- Cosméticos

- Estima-se também uma representatividade de 10% no faturamento da empresa em questão;
- Corresponde a uma linha bastante ampla, porém no caso em questão, atuando com uma subsegmentação que se refere a linha de farmácias. Abrangerá principalmente as seguintes categorias: desodorantes, shampoos, condicionadores, talcos, gel, espumas de barbear, hidratantes, cremes diversos, tinturas para cabelo, maquiagem, perfumaria, entre outros.
- Trata-se também de uma linha nova no processo comercial da empresa, contemplando parte do seu plano estratégico de reestruturação, que visa a inclusão e oferta de produtos com melhores margens e crescente demanda.

- **PHARMA**

- Material Hospitalar

- Estima-se uma representatividade de 15% no faturamento da empresa em questão;
- Corresponde a uma linha ampla, onde se destaca a comercialização de luvas, álcool, seringas e demais correlatos;

- Esta linha já fazia parte do mix da produtos da empresa, antes do período de crise.
- Medicamentos
 - Estima-se uma representatividade de 70% no faturamento da empresa em questão;
 - Corresponde a linha direcionada ao segmento de farmácias e com um mix bastante expressivo.
 - Esta linha já fazia parte do mix da produtos da empresa, antes do período de crise.
- Suplementos Alimentares
 - Estima-se uma representatividade de 15% no faturamento da empresa em questão;
 - Corresponde a uma linha ampla, abrangendo as seguintes categorias: hipercalórico, proteicos, termogênico, antioxidante, hormonal, entre outros;
 - Trata-se de uma linha nova no processo comercial da empresa, contemplando parte do seu plano estratégico de reestruturação, que visa a inclusão e oferta de produtos com melhores margens e crescente demanda.

2.4.2. Principais Clientes

Considerando o segmento de atuação das Recuperandas, os principais clientes neste ciclo de recuperação e reestruturação serão drogarias/farmácias, com ênfase nas operações de pequeno e médio porte (empresas ou redes com até 10 lojas ou filiais), situados inicialmente no próprio estado de Goiás. Existem ainda outros perfis de clientes a serem atendidos pelo Grupo, como lojas de produtos naturais, lojas especializadas em suplementos e cosméticos, entre outros.

A estratégia de atuação em outros estados e com clientes de grande porte não estará mais contemplado nos primeiros 05 anos de retomada do Grupo. Também está prevista a redução do atendimento ao mercado público. Esta reestruturação comercial de público alvo visa, principalmente, buscar uma melhor pulverização de vendas, reduzir impactos e índices de inadimplência, obter melhores condições de negociações, bem como menor dependência de capital de giro.

Em números absolutos o grupo possui uma carteira de aproximadamente 2.000 clientes, entre ativos e inativos.

Segue adiante relação dos principais clientes das empresas Utildrogas e Pharma, no estado de Goiás:

- **UTILDROGAS**

CNPJ	RAZAO SOCIAL
27.120.332/0001-66	PREMIUM COMERCIAL DE MEDICAMENTOS EIRELI

23.851.721/0001-00	WV - DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS
16.010.431/0001-79	SANTA MARTA DISTRIBUIDORA DE DROGAS LTDA
21.569.456/0001-47	SBD DISTRIBUIDORA EIRELI
19.585.320/0001-89	G.DOS S. COSTA - ME
19.484.296/0001-91	VALEPHARMA MERCANTIL LTDA - EPP
11.629.191/0001-71	HIPERDROGAS DISTRIBUIDORA DE MED LTDA ME
10.796.115/0001-98	BOM PRECO DIST DE MEDIC LTDA - ME
19.902.247/0001-21	O G PHARMA LOGISTICA E DISTRIBUICAO
05.493.745/0001-53	FARMALIFE POPULAR LAVAPES LTDA - ME
18.136.035/0001-18	LM GOMES COMERCIO DE MEDICAMENTOS EIRELI
13.288.987/0012-96	CENTRO-OESTE COM DE PROD FARM LTDA
18.378.549/0002-60	PLANALTO COM PROD FARM LTDA
10.760.268/0001-85	JACINTO COSTA SOBRINHO ME
61.585.865/0463-05	RAIA DROGASIL S/A
21.389.221/0001-73	J A BARON DISTRIBUIDORA E COMERCIO DE ME
08.729.061/0001-04	DROGARIA FARMADRY LTDA - ME
15.986.565/0001-67	CAMPINEIRA COM PROD FARM LTDA
23.653.158/0001-66	AMF PRODUTOS FARMACEUTICOS EIRELI - ME

- **PHARMA**

CNPJ	RAZÃO SOCIAL
21.573.700/0001-45	AR FARMA MEDICAMENTOS HOSP E FARM
10.760.268/0001-85	JACINTO COSTA SOBRINHO - ME
09.112.212/0001-35	M M INVESTIMENTOS FARMAC LTDA
04.449.206/0001-35	M M PROD. FARMACEUTIVOS LTDA
18.345.060/0001-01	DUTRA E NOGUEIRA PROD.
10.564.892/0001-07	R M FARMA LTDA
05.261.087/0001-74	OSVANDIR PEREIRA DE OLIVEIRA
08.737.276/0001-69	C.M PRODUTOS FARMAC
04.899.807/0001-69	DROGAUNA LTDA
06.017.833/0001-41	FARMA NOVA PROD
21.370.469/0001-92	LC PROD. FARMAC
21.717.064/0001-88	DROGARIA CARVALHO

2.4.3. Principais fornecedores

Os principais fornecedores do Grupo são as Indústrias Farmacêuticas. Uma das circunstâncias que contribuíram para a crise financeira que a as Recuperandas estão vivenciando, refere-se as altas

demandas de cotas de compras impostas pelos grandes Laboratórios. Neste novo ciclo de reestruturação que se inicia, o foco será buscar Laboratórios de pequeno e médio porte, que normalmente oferecem condições mais adequadas as realidades dos distribuidores deste segmento.

Além destas categorias de fornecedores, classificados como “principais” pelo fato de comercializarem medicamentos, materiais hospitalares, cosméticos e suplementos, temos ainda empresas destinadas ao fornecimento de materiais secundários, tais como materiais de limpeza, escritório e expediente, combustível, energia, transportes de mercadorias, entre outros necessários a operação.

O rol de fornecedores preferenciais será revisado ao longo do processo recuperacional e os principais critérios de compra na parceria pós RJ serão as condições de pagamento, qualidade, disponibilidade de entrega, preço, cotas e logística. A partir de uma criteriosa análise e planejamento do setor de compras, se definirá o mix de fornecedores.

2.4.4. Principais concorrentes

Os principais concorrentes do Grupo são formados por empresas que atuam diretamente no processo de revenda de medicamentos, materiais hospitalares, cosméticos e suplementos – voltados a linha varejista para farmácias.

Existem um significativo volume de concorrentes atuando neste segmento, situados no estado de Goiás e outros estados. Os mesmos apresentam distintas estruturas, seja por questões de instalações físicas, seja por questões comerciais, mix, marcas ofertadas, entre outros.

Considerando o atual cenário do Grupo, bem como seu plano de recuperação, no qual buscará atender um mercado que contempla as empresas e redes de farmácias de pequeno e médio porte, estima-se a seguir os principais concorrentes:

Medcentro Distribuidora de Produtos Farmacêuticos

Endereço: N° 74853-320, Rua 15, 55 - Jardim Santo Antônio, Goiânia - GO, 74055-210

JC Distribuidora de Medicamentos

Endereço: Condomínio Modular - Rua Guará Qd 4E, Lote Área, Galpão 3-4 - Internacional Park, Aparecida de Goiânia - GO, 74987-040

Goiás Logística de Medicamentos Ltda

Endereço: Av. Goiás, 1255 - St. Central, Goiânia - GO, 74853-410

Dislab Comercial Farmacêutica Ltda

Endereço: R. Gen. Augusto Soares dos Santos, 221 - Parque Industrial Lagoinha, Ribeirão Preto - SP

Recmed Com de Materiais Hospitalares Ltda

Endereço: R. Galileu, 220 - Jardim Europa, Goiânia - GO, 74325-060

Medicamental Distribuidora

Endereço: Rua Santa Rosa, n. 77, Itumbiara – GO

Labor's Comércio e Representações

Endereço: Av. João Leite, 77 - Santa Genoveva, Goiânia - GO, 74670-040

Meta Farma

Endereço: 100, R. 806, 22 - Osvaldo Rosa, Goiânia - GO, 74633-210

2.4.5. Parâmetros de comercialização no cenário recuperacional

2.4.5.1. Sistemática de comercialização

- a) A política de vendas será reestruturada, principalmente no que se refere a realização de vendas somente no estado de Goiás, bem como inclusão de 02 (duas) novas linhas, Suplementos Alimentares e Cosméticos, com melhores margens.
- b) A Política de compras também passará por reestruturação, principalmente no que se refere a manutenção ou busca de novos fornecedores (Laboratórios Farmacêuticos) de menor porte, que possibilitarão melhores condições negociais, principalmente com redução ou exclusão de cotas de compras;
- c) Força de Vendas: As equipes de vendas são estruturadas por Representantes Comerciais e Televendas. Em relação aos representantes comerciais estes representam 70% do volume total de vendas de cada empresa e são estruturados de acordo com a linha de produto e zoneamento de área. Os mesmos são autônomos que atuam por comissão sobre vendas efetivas (média de 4% das vendas + 1,0% de premiações), não havendo subordinação dos mesmos a gestão das empresas, porém é realizado contrato de exclusividade no ramo de atuação. Em referência a unidade de Televendas da empresa, esta é responsável por 30% das vendas de cada empresa, tendo seus colaboradores registrados em regime de CLT e remunerados com salários fixos, além de comissão de 1% em média sobre as vendas. Gerente Comercial e Supervisor também recebem 1,0% de comissão sobre as vendas. Nesta estrutura comercial contempla-se ainda os níveis táticos e estratégicos, estruturados por supervisores, gerente comercial e diretoria. O Grupo, como um todo, já chegou a ter cerca de 130 representantes no estado de Goiás e 120 representantes em outros estados. Neste novo ciclo de recuperação e reestruturação, estima-se a seguinte estrutura para cada Recuperanda:

- i. Utildrogas: 01 Diretor Comercial, 01 Gerente Comercial, 01 Assistente Comercial, 02 Assistente de Vendas, 10 Representantes Comerciais e 02 profissionais de Televendas para o ano I. Para os demais anos os números serão revisados de acordo com a performance de vendas da empresa.
 - ii. Pharma: 01 Diretor Comercial, 01 Supervisor, 01 Assistente Comercial, 01 Assistente de Vendas, 06 Representantes Comerciais e 02 profissionais de Televendas para o ano I. Para os demais anos os números serão revisados de acordo com a performance de vendas da empresa.
- d) Frete: Ocorre custo de frete somente nas vendas. 100% das vendas realizadas geram demandas de entregas. 100% das entregas são realizadas com transporte terceirizado. O frete representa em média 1,8% do faturamento total da empresa.

2.4.5.2. Políticas de compras no cenário recuperacional

2.4.5.2.1. Aspectos de comercialização

Compras à vista = 90% e compras a prazo = 10%. Prazo médio: 30 dias

Mesmo com as Recuperandas retomando, neste novo ciclo, ao volume de comercialização desejado, manterá parte das compras com predominância a vista. Isto se dá em razão de melhores condições negociais e por questões pertinentes a concessão de crédito durante e pós recuperação judicial.

No cenário anterior à crise vivenciada pelo Grupo, a política de compras das empresas voltadas ao segmento de comercialização, chegava a patamares médios de 10% a vista, sendo os demais 90% a prazo. Os prazos médios estavam estruturados em 70 dias.

2.4.5.3. Políticas de vendas

2.4.5.3.1. Aspectos de comercialização

Vendas à vista = 20% e vendas a prazo = 80%. Prazo médio: 60 dias

Neste processo de Recuperação contempla no escopo estratégico das RECUPERANDAS a estruturação da política de vendas com patamares de vendas a prazo em até 80% de seu faturamento, com um prazo médio de até 60 dias para recebimento.

No cenário anterior à crise vivenciada pelo Grupo, as políticas de vendas das empresas eram iguais a que se estima manter no período de recuperação. Esta concessão de prazos, é uma pratica de mercado adotados por todas as empresas que atuam neste ramo, onde neste caso a empresa se

obriga a manter em condições mínimas de concessão de prazos para se manter de forma competitiva em seu segmento.

2.4.5.4. Estratégias de marketing

As principais estratégias de marketing utilizadas pela empresa estão estruturadas basicamente em 4 (quatro) pilares:

- a) **Produtos:** Segmentação de mercado, dedicado ao segmento de produtos farmacêuticos e correlatos.
- b) **Preço:** As Recuperandas realizam constantemente pesquisas sobre parâmetros de mercado e em relação a sua concorrência, procurando oferecer produtos com preços e condições competitivas, se equivalendo ao que o mercado pratica. Os preços de venda dos produtos são influenciados principalmente por fatores comerciais estruturados por seus fornecedores, concorrência e custo operacional do negócio.
- c) **Promoção:** As Recuperandas buscam posicionar sua marca, de forma institucional, através do uso das seguintes ferramentas de comunicação: Participação em feiras e eventos relacionados ao setor farmacêutico, patrocínios, convenções, distribuição de folders, publicações em revistas especializadas, além de promoções comerciais em parceria com seus respectivos clientes. O orçamento para investimento em Marketing já correspondeu média de 1,0% do faturamento de cada empresa, porém, com o processo de recuperação judicial a previsão é de utilização de no máximo 0,3% do faturamento previsto, como orçamento publicitário.

2.5. Diferenciais Competitivos

Os principais diferenciais competitivos das RECUPERANDAS são:

- a) **Dedicação e experiência dos sócios na cadeia produtiva do setor farmacêutico, com 23 anos de atuação.**
- b) **Eficiência logística.** 100% das entregas da empresa são realizadas por frota terceirizada. Com expressiva disponibilidade de fornecedores para esta finalidade, o Grupo consegue maximizar agilidade e pontualidade na entrega de seus produtos. Torna-se um significativo diferencial competitivo, a partir do momento em que seus clientes conseguem abastecer seus estoques mínimos dentro de seus respectivos planejamentos. Os fretes representam em média 1,8% do faturamento de cada empresa.
- c) **Localização.** A empresa está situada na região da “Grande Goiânia”, centralizado no que diz respeito as extremidades do Estado de Goiás, permitindo eficiência e equidade nos custos de deslocamentos para os mais diversos municípios atendidos. Também possui localização privilegiada quando pensamos nas

compras, por estar situada na região central do país, permitindo assim, da mesma forma, eficiência e equidade nos custos logísticos para os mais diversos estados.

- d) Mão de obra qualificada. Com baixo turnover/rotatividade de colaboradores, a equipe de venda, em especial, é reconhecida positivamente pelos clientes das Recuperandas.

2.6. Análise Macroeconômica do setor

2.6.1 PERFIL DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA E ASPECTOS RELEVANTES DO SETOR

2.6.2 DISTRIBUIÇÃO DE MEDICAMENTOS NO BRASIL

2.6.3 MERCADO FARMACEUTICO X DISTRIBUIDORES

2.6.4 MERCADO FARMACÊUTICO DESACELERA EM 2016

2.6.5 DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DO MERCADO INDUSTRIAL FARMACÊUTICO- 2016

2.6.6 CARGA TRIBUTÁRIA E CÂMBIO SÃO ENTRAVES

2.6.7 OS NÚMEROS DO MERCADO FARMACÊUTICO EM 2017

2.6.8 PANORAMA MERCADO FARMACEUTICO

2.6.8.1 GASTO DO SUS COM MEDICAMENTOS

2.6.8.2 VENDA DE GENÉRICOS IMPULSIONA FATURAMENTO DE DISTRIBUIDORES DE MEDICAMENTOS, SEGUNDO ABRADILAN

2.6.9 MERCADO FARMACÊUTICO PREVÊ CRESCIMENTO DE DOIS DÍGITOS PARA O MERCADO DA AMÉRICA LATINA NOS PRÓXIMOS ANOS.

2.6.10 VENDA DE MEDICAMENTOS POR DISTRIBUIDORES CRESCE 9% EM 2017

2.6.10.1 VENDA DE GENÉRICOS IMPULSIONA FATURAMENTO DE DISTRIBUIDORES DE MEDICAMENTOS, SEGUNDO ABRADILAN

2.6.11 SETOR FARMACÊUTICO EM 2018

2.6.11.1 O BRASIL É HOJE UM DOS MAIORES MERCADOS DE FÁRMACOS E MEDICAMENTOS DO MUNDO.

2.6.12 O FUTURO DO SETOR FARMACÊUTICO

2.6 – ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

2.6.1 - PERFIL DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA E ASPECTOS RELEVANTES DO SETOR

Mercado farmacêutico no Brasil

Baseado nas informações da auditoria do mercado farmacêutico, IQVIA, o mercado brasileiro de medicamentos movimentou em 2017 R\$ 56,80 bilhões ou US\$ 17,79 bilhões (Canal farmácia, valor líquido - desconto médio de 40,55%), com um crescimento, em reais, de 11,73% em relação ao mesmo período do ano anterior, o que representa, aproximadamente, 2% do mercado mundial, sendo o país o 8º em faturamento no ranking das vinte principais economias. Na América Latina, é o principal mercado, estando à frente do México (US\$ 5,4 bilhões) e da Argentina (US\$ 5,4 bilhões).

Perfil da indústria

Em 2017, o mercado nacional de medicamentos foi composto por 241 laboratórios farmacêuticos, os quais estavam regularizadas e possuíam preço junto a CMED, estando assim autorizadas para comercializarem medicamentos. Dos 241 laboratórios, 97 (40%) possuem o capital de origem internacional e 144 (60%) possuem o capital de origem nacional. Dentro do canal farmácia, as empresas multinacionais são detentoras de aproximadamente 52,44% do mercado em faturamento e 34,75% em unidades vendidas (caixas); já os laboratórios nacionais apresentam cerca de 47,56% do mercado em faturamento e 65,25% em unidades vendidas (caixas). A crescente participação dos medicamentos genéricos deu às empresas nacionais a liderança em vendas por unidades.

Balança comercial

Segundo o próprio Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, em 2017 as exportações da indústria farmacêutica foram de US\$ 1,247 bilhão, representando um aumento de 3,82% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse montante representa o crescimento de pouco mais que cinco vezes em relação ao ano 2000. As importações de acabados, semiacabados, vacinas, hemoderivados e demais produtos farmacêuticos, atingiram US\$ 6,557 bilhões – elevação de 2,63% na comparação com o mesmo período de 2016.

Empregos

Para o Ministério do Trabalho e Emprego, a indústria farmacêutica brasileira fechou o ano de 2016 com 97.228 mil empregos diretos, sendo 1.759 empregados nas empresas de fabricação de preparações farmacêuticas, 9.375 nas empresas de fabricação de medicamentos para uso veterinário, e 86.094 nas empresas de fabricação de medicamentos para uso humano. Entre as empresas farmacêuticas destinadas a fabricação de medicamentos para uso humano, 55,4% estão sediadas no Estado de São Paulo. Para o ano de 2016, o emprego industrial paulista registrou uma pequena variação positiva de 0,09%.

Desenvolvimento do setor

O desenvolvimento do setor farmacêutico deve se basear no seguinte tripé: estímulo à produção local, estímulo à inovação, adoção de políticas públicas de acesso aos medicamentos.

Política industrial

O pilar de uma política industrial bem-sucedida para o setor farmacêutico é o financiamento de longo prazo, com juros subsidiados. Um pequeno avanço ocorreu com a criação dos Programas do Profarma, pelo BNDES, cujos aportes financeiros são insuficientes para atender a demanda do setor, em relação à pesquisa e desenvolvimento. Outros aspectos deveriam estar numa política de inovação tecnológica, com um marco regulatório estável e definido, que venha contemplar o desenvolvimento do setor.

Regulação econômica

Um sistema de regulação econômica sintonizado com os fundamentos da economia não suporta mecanismos de controle de preços como os que o país vem utilizando nas últimas décadas. A regulação econômica deve servir de instrumento para o aperfeiçoamento do mercado, estímulo à pesquisa de produtos inovadores e instauração de um ambiente propício aos investimentos em geral, protegendo o consumidor mediante a garantia de um mercado sadio. Há necessidade de modernização das atuais regulamentações de preços.

Controle de preços

Adotado de forma unilateral e sem uma estratégia econômica ampla, articulada e de longo prazo, o controle de preços no passado desorganizou a cadeia farmacêutica e inibiu investimentos nas fábricas e no lançamento de medicamentos. Esse controle deve ser seletivo e não abrangente, como é atualmente, ficando restrito às classes de medicamentos em relação às quais o mercado pode ser considerado imperfeito (de baixa concorrência).

Reajustes

Desde o final de 2000, a indústria farmacêutica está submetida a um rígido controle de preços. Entre março de 2000 e fevereiro de 2017 – mês anterior à concessão do último reajuste anual por parte da Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos - CMED, sendo de 2,63% o reajuste médio ponderado para o ano de 2017 –, o Índice de Preços ao Consumidor Ampliado (IPCA), do IBGE, somou 200%. Lembrando que o IPCA é, atualmente, um dos fatores que compõe a fórmula do reajuste anual de preços, autorizado pelo CMED. No mesmo período, o índice de reposição de custos do setor farmacêutico, autorizado pelas autoridades reguladoras, foi de 162,99%.

Carga tributária

A elevada carga tributária dos medicamentos de uso humano, correspondente a 31,3%, em média, do preço ao consumidor - uma das mais altas do mundo, impede que os produtos cheguem ao consumidor final por um preço ainda menor. Em Portugal, por exemplo, o imposto que incide nos medicamentos é de 6%. O México não cobra impostos. Comparativamente a outros setores, os produtos cuja destinação seja a agricultura ou pecuária, recebem benefícios tributários de ICMS, Pis e Cofins. Assim, ante os 31,3% de carga tributária dos medicamentos de uso humano, os medicamentos de uso animal têm 13,11% de carga tributária. Um movimento importante ocorreu no Estado do Paraná que reduziu a alíquota de ICMS para 12%. Esse mesmo movimento ocorreu em Minas Gerais e São Paulo, para os medicamentos genéricos. Entretanto, a partir de 2017, alguns estados aumentaram a sua carga tributária em até 1%. O Sindusfarma não abandonou a sua missão de lutar pela adoção de uma carga tributária equivalente a zero sobre medicamentos no Brasil.

Guerra Fiscal

A disputa entre Estados pela atração de empresas de setores de relevância econômica, por meio da concessão de incentivos fiscais, tem afetado especialmente o polo farmacêutico paulista – o principal

do país -, acarretando perdas para a cadeia produtiva ao estabelecer uma eventual concorrência desleal pelo uso do chamado “passeio de nota fiscal”.

Acesso aos medicamentos

Apesar do controle de preços, a situação do acesso mudou pouco na última década, o que demonstra que o principal obstáculo à ampliação do acesso aos medicamentos não é o preço: são, na verdade, os insuficientes programas de assistência farmacêutica no âmbito do Sistema Único de Saúde e o baixo poder aquisitivo médio da população brasileira. É fato que aumentaram nos últimos anos as verbas públicas para a compra e a distribuição universal de medicamentos, mas o país ainda investe pouco na saúde: 8% do PIB, muito menos do que os países desenvolvidos.

Gastos públicos com medicamentos

Com relação aos valores destinados para as ações do Ministério da Saúde relacionadas a aquisição / produção / pesquisa de medicamentos, 2017 apresentou um comportamento diferente dos anos anteriores. Enquanto o ano de 2016 apresentou valores robustos na casa dos R\$ 15,5 bilhões de reais, e com crescimento de 21% sobre o ano de 2015, o ano de 2017 apresentou uma desaceleração de 8% nos gastos, ficando na casa dos R\$ 14,3 bilhões de reais.

Programa Farmácia Popular do Brasil

O programa que teve início em 2004 atua hoje em 2 frentes: gratuidade e copagamento. Disponibilizando medicamentos gratuitos para hipertensão, diabetes e asma, o programa ainda oferece medicamentos com preços até 90% mais baratos utilizados no tratamento de dislipidemia, rinite, mal de Parkinson, osteoporose e glaucoma, além de contraceptivos e fraldas geriátricas para incontinência urinária. Este tipo de iniciativa, por parte dos gestores públicos, deve ser estendido, pois proporciona uma ampliação efetiva e consistente do acesso da população aos medicamentos.

A criação do Programa Farmácia Popular do Brasil representou um avanço no sistema de saúde, vindo ao encontro de uma antiga tese da indústria farmacêutica, segundo a qual o desenvolvimento da cadeia farmacêutica deve contemplar a função social de alargar o mercado consumidor de medicamentos (do qual estão excluídos milhões de brasileiros), sem, no entanto, desconsiderar a lógica econômica. O futuro da indústria farmacêutica no país depende de iniciativas como essa, que apontam para a desejada situação de convergência de projetos e sinergia entre governo e iniciativa privada. Em 2017 o governo gastou 2,88 bilhões de reais com a aquisição de medicamentos para o programa, realizando a dispensação de 13,33 bilhões de unidades farmacotécnicas (comprimido, ampola, dose, etc). Esses valores representam um crescimento de 4,8% e 8,6% respectivamente. Infelizmente, devido aos enormes problemas em que as finanças públicas se encontram, o governo federal ameaça cancelar o programa, pelo menos parte dele, nos próximos meses.

Operadoras de saúde no Brasil

Atualmente no Brasil existem 1.056 operadoras de saúde, com registro ativos e com beneficiários cadastrados, as quais tiveram até o terceiro trimestre 2017 uma receita de R\$ 144,34 bilhões,

segundo os dados declarado à Agência Nacional de Saúde (ANS). Segundo a agência reguladora, dezembro de 2017 o número de beneficiários dos planos de saúde chegou a 70,5 milhões, sendo 47,3 milhões de beneficiários em planos de assistência médica e 23,2 milhões de beneficiários em planos exclusivamente odontológicos.

Laboratórios estatais

A produção de medicamentos por parte dos laboratórios estatais deve atender a objetivos estratégicos da política de saúde pública do país, como a fabricação de produtos essenciais para os quais inexistente mercado sustentável. Não é papel do Estado concorrer com os laboratórios privados na produção de medicamentos que a iniciativa privada tem condições de produzir com mais qualidade e a preços mais baixos para o consumidor. Esses laboratórios tiveram nos últimos anos incentivos governamentais para absorverem tecnologias através das PDPs (Parceria para o Desenvolvimento Produtivo).

Genéricos

Nos últimos anos, o segmento vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Em 2017, os genéricos foram responsáveis por 13,2% do faturamento, nas vendas de medicamentos das farmácias, e 32,5% das unidades vendidas.

Inovação

A Lei de Inovação é uma ação fundamental para o fortalecimento da indústria farmacêutica. O país carece de diretrizes que balizem o relacionamento entre a iniciativa privada e as instituições públicas, como os centros de pesquisa das universidades. Há necessidade de maior financiamento público subsidiado nesse segmento, pois o risco com a pesquisa é grande e o resultado incerto. Com base em políticas de crescimento à produção nacional, o governo através do GECIS (Grupo Executivo do Complexo Industrial da Saúde) da condição para efetiva atuação das empresas locais na arte de Pesquisa e Desenvolvimento. A política das PDP's também é uma importante alavanca para a inovação.

Estímulo ao comércio exterior

A expansão do setor farmacêutico no Brasil por meio da conquista de mercados externos depende de uma modernização tarifária, que passa, entre outras medidas, pela revisão das alíquotas de importação e a retirada dos entraves às exportações. Algumas empresas brasileiras estão em pleno processo de internacionalização.

Regulação sanitária

A regulação sanitária deve ser um instrumento de garantia de qualidade e segurança dos medicamentos, e de proteção ao consumidor, sem criar limitações desnecessárias à indústria. Para alcançar esse objetivo, os órgãos regulatórios precisam se aparelhar com pessoal e infraestrutura suficientes para desempenhar sua função com abrangência e eficácia. Hoje a Anvisa é reconhecida

como uma das melhores Agências Sanitárias do mundo. Ainda apresenta problemas em relação aos prazos.

Segurança e rastreabilidade

A criação do Sistema Nacional de Controle de Medicamentos, por meio da Lei 11.903/2009, alterada pela Lei nº 13.410, de 28 de dezembro de 2016, contemplou a permanente posição da indústria farmacêutica em favor do aprimoramento dos mecanismos de rastreabilidade dos medicamentos vendidos no país. Em 2017, houve a publicação da RDC nº 157/2017 que dispõe sobre a implantação do Sistema Nacional de Controle de Medicamentos e os mecanismos e procedimentos para rastreamento de medicamentos, que se encontra em fase experimental.

Fonte: SINDUSFARMA - <http://sindusfarma.org.br/arquivos/Perfil-IF2018.pdf>

2.6.2 - DISTRIBUIÇÃO DE MEDICAMENTOS NO BRASIL

O Brasil é hoje um dos maiores mercados de fármacos e medicamentos do mundo e conta com importantes indústrias do setor em seu território. A indústria nacional é uma das líderes de vendas e vem aumentando seus investimentos no setor.

Neste contexto, observa-se hoje uma crescente demanda de indústrias farmacêuticas estrangeiras em busca de distribuidores locais para comercialização de seus produtos no mercado brasileiro. Porém, há que se considerar as implicações jurídicas a serem observadas tanto pelo fabricante do medicamento, quanto pelo distribuidor, que será responsável por colocar de fato o produto no mercado.

O setor de medicamentos no Brasil é regulado principalmente pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA e os fabricantes e distribuidores devem cumprir uma série de requisitos para promover e vender medicamentos no País. Neste aspecto, o distribuidor local será o representante do fabricante estrangeiro e principal responsável, junto às autoridades, para promoção e distribuição do medicamento. Isto, obviamente, dentro do contexto de que, do ponto de vista do Código de Defesa do Consumidor, qualquer entidade que esteja na cadeia de fornecimento (fabricante, distribuidor, representante de vendas, vendedor, dentre outros) são solidariamente responsáveis pelo produto vendido ao consumidor.

Por este motivo, a relação entre fabricante estrangeiro e distribuidor local deve ser regulada por um contrato de distribuição específico que preveja, além das cláusulas comuns a uma compra e revenda, também aquelas específicas de uma distribuição de medicamentos no Brasil, como obrigações de registro do medicamento e do distribuidor junto à ANVISA, farmacovigilância do produto, hipóteses de recall e retirada do produto do mercado, dentre outras.

Todos os medicamentos comercializados no Brasil devem obter seus registros prévios junto à ANVISA por uma empresa brasileira. Assim, se o fabricante estiver fora do País, o distribuidor será o responsável pelo registro e aprovação do medicamento naquele órgão, além de cumprir todos os requisitos de boas práticas de distribuição. O distribuidor ainda deve ser devidamente licenciado pela ANVISA e vigilâncias locais para promover a distribuição e manter suas licenças válidas durante todo o prazo do contrato. O contrato ainda deve prever a necessidade de aprovação dos materiais de propaganda, de acordo com os regulamentos da ANVISA.

Outra questão importante diz respeito à farmacovigilância dos produtos introduzidos no mercado, ou seja, o dever de reportar eventos adversos à autoridade pública. Estando o fabricante fora do País, o distribuidor será responsável pelas atividades de farmacovigilância do medicamento e, neste ponto, o contrato deve ser o mais específico possível em relação às responsabilidades de cada parte para minimizar falhas nos procedimentos. No Brasil, o detentor do registro deve garantir a rastreabilidade de um medicamento até o ponto de varejo, sendo tal tarefa alocada contratualmente para o distribuidor, em geral.

O distribuidor local ainda será responsável pelas interações com as autoridades governamentais, especialmente a ANVISA. Portanto, o contrato deve prever a forma em que o distribuidor reportará ao fabricante todas as demandas das autoridades locais e as providências tomadas a respeito, tudo de forma a preservar a reputação e marca constituídas pelo fabricante ao longo do tempo, em âmbito global.

O contrato deve prever, ainda, o controle de qualidade e o reporte do distribuidor ao fabricante acerca de eventuais defeitos nos medicamentos tão logo forem identificados. Inclui-se neste contexto eventual necessidade de recalls e, em último caso, a retirada do medicamento defeituoso do mercado, com sua devolução ao fabricante ou destruição pelo distribuidor.

Como se observa, o crescimento do mercado de medicamentos e do interesse de fabricantes que desejam comercializar seus produtos no Brasil através de distribuidores locais, acentua o debate sobre as questões que envolvem a execução do contrato de distribuição que regulará a relação fabricante-distribuidor demandando orientação jurídica especializada e cuidado redobrado.

<http://www.logweb.com.br/novo/conteudo/artigo/34249/distribuicao-de-medicamentos-no-brasil/>

2.6.3 - MERCADO FARMACEUTICO X DISTRIBUIDORES

Quem trabalha no segmento farmacêutico sabe que as principais indústrias farmacêuticas repassam aos distribuidores de medicamentos em média 8% de desconto sobre o Preço de Fábrica e que os Distribuidores tem que se desdobrar no esforço e na eficiência de sua operação para utilizarem este desconto para retirarem todas as suas despesas e se “contentar” com aproximadamente 1% na última linha de sua DRE.

Ou seja, desconto médio de 8% repassado para os distribuidores, são, via de regra, o Lucro Bruto das Distribuidoras de medicamentos e é a partir deste lucro bruto que os distribuidores têm de retirar todas as suas despesas de logística, comercial, inadimplência e fazer o lucro líquido.

É notória a guerra de descontos que é travada entre os distribuidores para conseguir melhorar as suas vendas. Muitas vezes, é possível identificar distribuidor concedendo desconto maior do que recebe, apenas para garantir um maior volume de vendas e auxiliar no rateio de suas despesas, ou apenas para “cumprir” a cota de compras imposta pelas indústrias farmacêuticas.

É sabido que o empresário que briga por market share, e o empresário vaidoso que é que tem a pretensão de aumentar o valuation de sua empresa, mas o empresário que busca resultado efetivo quer o número apresentado na última linha de sua DRE cada vez maior. Com as brigas de vaidade e algumas vezes por necessidade estratégica, alguns distribuidores laçam mão de estratégias pouco ortodoxas para se firmar como o primeiro fornecedor da farmácia, concedendo-lhe um desconto maior do que o que recebe da indústria. Isto é, vendem com prejuízo.

Este desconto recebido pela farmácia, é o que lhe permite trabalhar com descontos agressivos no balcão, o que favorece ao consumidor final. Entre o preço de fábrica (PF)– que é o preço que o Distribuidor paga ao fabricante, e o Preço Máximo ao Consumidor (PMC) – que é o preço que o distribuidor vende para a farmácia, existe uma diferença média na faixa dos 24%.

Tudo o que foi dito até agora, refere-se à comercialização de produtos que não pertencem à classificação de genéricos, pois estes são vendidos aos distribuidores pelas indústrias, com até 80% de desconto sobre o PF. Ocorre que por questões comerciais, impostas pelos fabricantes, os distribuidores repassam às farmácias aproximadamente 70% deste desconto, ficando apenas com 10% para custear todas as suas operações. E é por este motivo, que em muitos casos as farmácias conseguem repassar ao consumidor mais de 50% de desconto nos medicamentos genéricos.

Como quase toda a matéria prima usada para a fabricação de medicamentos é importada, e com a variação do dólar batendo a casa dos 50% de janeiro de 2015 a setembro de 2015, é natural que a indústria farmacêutica deva reduzir os descontos aos distribuidores, que por sua vez reduzirão os descontos às farmácias, que certamente reduzirão os descontos ao consumidor final.

No jargão comercial do segmento farmacêutico, já se diz que tem distribuidor e farmácia “vendendo o almoço para comprar a janta”. Ou seja, o segmento farmacêutico que viu vários distribuidores importantes fecharem as portas nos últimos 10 anos e que já vem passando por dificuldades financeiras em decorrência de vários motivos, terão que agir muito rápido para se manterem no mercado.

Isso se aplica também e principalmente para as farmácias independentes que ainda têm pouca profundidade em gestão e correm um sério risco de ter uma “grande quebradeira”, mas isto também poderá ocorrer com algumas farmácias de grande porte e até redes, que se acostumaram a trabalhar com altos descontos concedidos pelas indústrias de medicamentos genéricos e de medicamentos similares.

Então as indústrias terão que recompor suas margens devido à alta do dólar e quando isso ocorrer, toda a cadeia sofrerá as consequências. Assim sendo, quem não perceber o que está acontecendo e demorar para alterar o seu “modus operandi” comercial e continuar concedendo descontos descabidos, poderá ter que apagar a luz de sua empresa mais cedo.

Fonte: <http://www.apenna.com.br/index.php/treinamentos/artigos/67-mercado-farmacutico-x-distribuidores>

2.6.4 - MERCADO FARMACÊUTICO DESACELERA EM 2016

A queda nas compras de medicamentos pelo governo afetou o mercado farmacêutico brasileiro. Depois de registrar um crescimento médio de 14% desde 2013, o mercado institucional teve apenas um aumento nominal de apenas 4% nos últimos 12 meses. Descontando a inflação do período, a variação real é de queda de quase 6%. Em 2016, o mercado farmacêutico institucional representou 31% do mercado total, com influência expressiva do setor público.

Essa queda já havia se tornado evidente no segundo semestre de 2015. Não só o governo reduziu o ritmo de compras e postergou os pedidos, como também pareceu ter dificuldade para honrar os contratos. Um levantamento realizado pela INTERFARMA (Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa) mostrou uma dívida próxima de R\$ 1 bilhão com o setor, no final de 2015. O valor considera as compras não pagas pelo governo Federal, pelo Distrito Federal e pelos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Santa Catarina.

As compras do governo representaram em 2016 57% do mercado institucional, que gerou um faturamento de R\$ 21 bilhões. O restante dele é formado pelo setor privado, com hospitais e clínicas particulares, que também estão comprando menos. Em parte, isso acontece pelo aumento do desemprego no país, que vem acompanhado pela saída de usuários de planos de saúde.

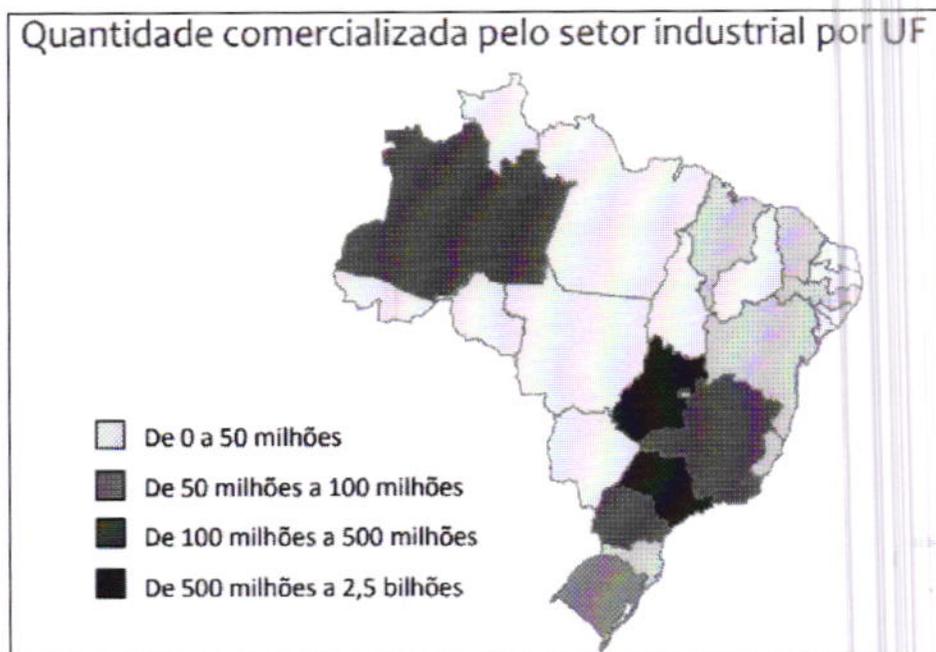
Parte da demanda acaba migrando para o varejo farmacêutico, que entre 2014 e 2016, aumentou sua representatividade de 67% para 69% do mercado total. O faturamento deste varejo foi em torno de R\$ 46 bilhões. “A maioria dos brasileiros depende dos próprios recursos para comprar medicamentos. Com as dificuldades do governo e a saída de brasileiros dos planos de saúde, podemos ter ainda mais pessoas refazendo o orçamento doméstico para garantir o tratamento dos familiares”, afirma Antônio Britto, presidente-executivo da INTERFARMA.

Fonte: <http://www.investmentosenoticias.com.br/noticias/negocios/mercado-farmacutico-desacelera>

2.6.5 - DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DO MERCADO INDUSTRIAL FARMACÊUTICO- 2016

Unidade da Federação	Quantidade comercializada		Empresas que comercializaram
	Unidades	Percentual	
Total	4.523.940.787	100%	214
AM	112.912.644	2,5%	2
BA	37.165.468	0,8%	1
CE	29.739.344	0,7%	2
DF	1.210.440	0,0%	3
ES	6.744.804	0,1%	3
GO	835.496.649	18,5%	15
MG	140.933.162	3,1%	13
PE	6.851.402	0,2%	4
PI	12.200.332	0,3%	1
PR	373.243.634	8,3%	5
RJ	364.232.853	8,1%	34
RS	78.824.848	1,7%	10
SC	4.316.633	0,1%	4
SP	2.520.068.573	55,7%	117

Fonte: ANVISA – Dados 2016.



Panorama do Mercado de Medicamentos Regulados pela CMED – Dados 2016.

Unidade da Federação	Faturamento		Empresas que comercializaram
	R\$	Percentual	
Total	63.547.444.921	100%	214
AM	273.611.936	0,4%	2
BA	83.247.750	0,1%	1
CE	341.489.906	0,5%	2
DF	690.028.686	1,1%	3
ES	159.236.193	0,3%	3
GO	2.874.358.914	4,5%	15
MG	566.697.029	0,9%	13
PE	82.967.110	0,1%	4
PI	30.965.832	0,0%	1
PR	2.320.779.643	3,7%	5
RJ	7.134.954.653	11,2%	34
RS	300.436.047	0,5%	10
SC	25.977.293	0,0%	4
SP	48.662.693.926	76,6%	117



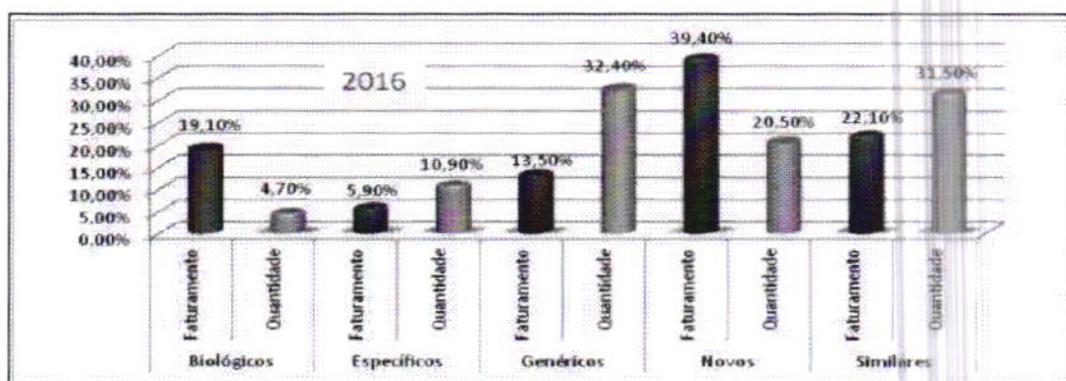
Panorama do Mercado de Medicamentos Regulados pela CMED – DADOS 2016

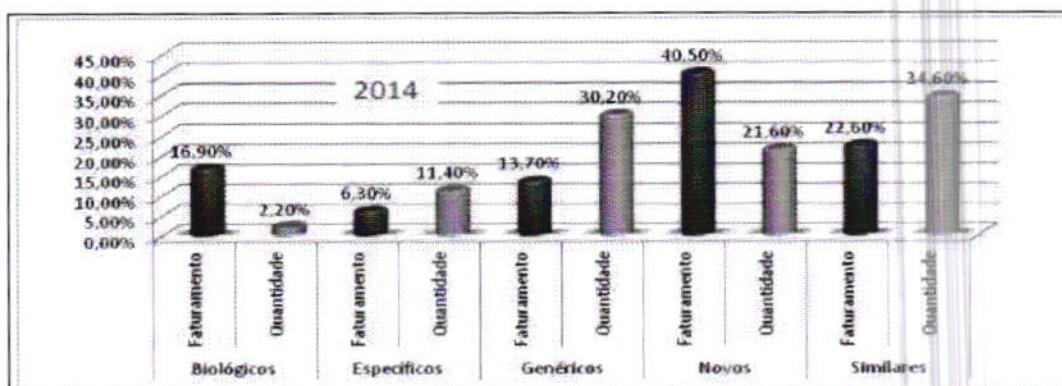
Faturamento, quantidade de apresentações comercializadas e número de empresas, por porte da empresa	Porte das Empresas	Faturamento		Quantidade		Quantidade de Laboratórios
		R\$	Percentual	Unidades	Percentual	
Total		63.547.444.921		4.523.940.787		214
1. Microempresa		18.283.842	0,0%	3.801.646	0,1%	22
2. Pequena		283.280.098	0,4%	52.524.995	1,2%	33
3. Média		2.990.861.671	4,7%	344.975.596	7,6%	62
4. Média-Grande		7.442.595.107	11,7%	697.082.563	15,4%	45
5. Grande		52.812.424.203	83,1%	3.425.555.987	75,7%	52

Dados de comercialização por canal de venda

Tipo de Cliente	Faturamento		Quantidade	
	R\$	Percentual	Unidades	Percentual
Total	63.547.444.921		4.523.940.787	
Distribuidor	36.617.445.483	58%	3.092.460.505	68%
Estabelecimento privado de saúde	4.374.071.899	7%	173.849.453	4%
Farmácias e drogarias privadas	12.159.205.006	19%	790.128.813	17%
Governo	9.719.138.198	15%	390.687.215	9%
Outros destinatários	677.584.336	1%	76.814.801	2%

Panorama do Mercado de Medicamentos Regulados pela CMED – Dados 2016.





Tipo de produto

Biológicos

- Forte crescimento em embalagens comercializadas

Genéricos

- Medicamento com mais embalagens comercializadas em 2016

Novos

- Permanecem com maior participação do faturamento do setor
- Atendem **70%** das classes terapêuticas do País

Similares

- Tipo de medicamento com maior número de empresas no mercado (**74%** dos atores comercializam similares).

Dados de mercado referentes a 2016, por tipo de produto.

Tipo de Produto	Empresas	Produtos	Apresentações cadastradas com comercialização	Princípios ativos e associações	Subclasses Terapêuticas	Faturamento (R\$)	Apresentações comercializadas
Total	214	6.300	12.798	1.793	459	63.547.444.921	4.523.940.787
Novos	103	1.185	2.657	1.019	323	25.030.110.542	925.714.868
Biológicos	64	255	491	164	75	12.141.395.955	213.233.066
Genéricos	89	2.119	4.193	499	185	8.581.021.119	1.464.433.375
Similares	159	2.355	4.532	871	293	14.021.611.788	1.426.031.757
Especificos	93	419	925	205	90	3.773.305.518	494.527.720

Tipo Lista PIS/COFINS	Faturamento		Quantidade	
	R\$	Percentual	Unidades	Percentual
Total	63.547.444.921		4.523.940.787	
1.Positiva	45.334.291.074	71,34%	2.963.871.665	65,52%
2.Neutra	26.071.962	0,04%	734.957	0,02%
3.Negativa	18.187.081.885	28,62%	1.559.334.164	34,47%

2.6.6- CARGA TRIBUTÁRIA E CÂMBIO SÃO ENTRAVES

Em meio a uma crise generalizada, os números do setor de medicamentos podem – e devem – ser comemorados. Mas eles podiam ser ainda melhores, segundo análise da Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa (Interfarma).

Alguns fatores como a variação no câmbio, alta tributação (34% do preço dos remédios diz respeito a imposto), roubo de carga nas estradas durante o transporte dos produtos e controle rigoroso de preços impedem um crescimento que poderia ser bem maior que os 13% registrados no último ano.

“São muitos os problemas, o que faz com que a indústria tenha que se reinventar para fazer mais”, diz Pedro Bernardo, diretor da Interfarma. Uma reclamação constante do setor é a alta tributação, embora a Constituição Federal estabeleça que a carga de impostos deve levar em consideração a essencialidade do produto.

O índice dos medicamentos só perde para o cigarro e bebidas alcoólicas, mas é mais alto por exemplo que o cobrado sobre moda praia e alguns brinquedos.

O diretor enfatiza outro ponto importante: a participação das importações de produtos e insumos no mercado farmacêutico saltou 19 pontos percentuais em 10 anos, chegando a representar 58% do total comercializado no Brasil.

Para se ter uma ideia, em 2005 as importações correspondiam a 33% do mercado. Na ponta, pode repercutir em menos investimento em tecnologia e geração de empregos.

“A importação da matéria-prima e produto pronto está subindo bem mais que o faturamento. O aumento da importação representa um ganho que estamos deixando de registrar. Lógico que temos investimentos e crescimento, mas poderia ser muito maior”, analisa Pedro Bernardo.

Ele lembra que o custo do Brasil é muito alto, o que envolve ainda burocracia e processos muito demorados, o que muitas vezes desencoraja investimentos na produção de insumos e medicamentos.

Por outro lado, o Brasil se mantém como um dos alvos do setor em razão de algumas características como o envelhecimento da população – atualmente em 75,5 anos, fase em que é mais comum o uso de medicamentos.

Mas há ainda outros fatores, como o sobrepeso da população. Estima-se que 56% dos brasileiros estão acima do peso, condição que propicia o surgimento de mais doenças, como a hipertensão e diabetes, levando conseqüentemente a uma maior necessidade de uso de remédios de forma constante.

Fonte: INTERFARMA

2.6.7 - OS NÚMEROS DO MERCADO FARMACÊUTICO EM 2017

Assim como em anos anteriores, o mercado farmacêutico em 2017 apresentou resultados positivos.

O mercado farmacêutico em 2017 cresceu 12,73%. Se pensarmos que foi um ano de recessão na economia e que muitos setores tiveram dificuldades, um aumento de 2 dígitos pode ser considerado bastante interessante.

O mercado farmacêutico em 2017 – Número de lojas

De acordo com dados da Febrafar (Federação Brasileira das Redes Associativistas e Independentes de Farmácias), no Brasil existem 76,5 mil farmácias. Mas, de acordo com a previsão de inauguração de novos estabelecimentos, esse número tende a aumentar bastante em 2018.

O mercado farmacêutico em 2017 – Vendas

O volume de todos os produtos comercializados nas farmácias brasileiras atingiu 5,4 bilhões de unidades e R\$107 bilhões no período.

O mercado farmacêutico em 2017 – fatores de crescimento

- Aumento no nível de renda da população
- Envelhecimento da população brasileiro
- Melhoria da qualidade de vida
- Enfoque na prevenção de doenças
- Maior participação de genéricos

Fonte: <http://materiais.farmacas.com.br/mercado-farmaceutico-em-2017>

2.6.8 – PANORAMA MERCADO FARMACEUTICO

Ranking mundial:

- 8ª Posição
- 5ª Posição (previsto para 2021)

Faturamento:

- R\$ 85,35 bilhões
- 13,10% (crescimento)

Divisão de mercado:

- 59% Varejo

- 41% Institucional

Varejo farmacêutico:

- R\$ 50 bilhões
- 146 bilhões de doses
- 11% (crescimento)

Mercado institucional:

- 52% Governo
- 25% Hospitais
- 11% Clínicas
- 12% Outros

Divisão do varejo:

- 61% Similar
- 21% Referência
- 18% Genérico

Balança comercial:

- R\$ 1,01 bilhão (exportação)
- R\$ 5,93 bilhões (importação)
- R\$ 4,91 bilhões (déficit comercial)

Incorporação ao SUS (2014 a 2016):

- 29% de negativas para pedidos da indústria
- 83% dos pedidos negados estão incorporados no exterior

Judicialização:

- R\$ 1,32 bilhão (Ministério da Saúde)
- 50 medicamentos concentram quase todas as ações
- Doenças genéticas e câncer lideram as ações

Controle de preços (2005 a 2016):

- 103% de inflação (IPCA)
- 77% de correção concedida a medicamentos
- 26 pontos percentuais de defasagem ante o IPCA

Pesquisa clínica:

- 15ª Posição (ranking mundial)
- 110 estudos perdidos em três anos
- 12 meses para análise de pedidos de estudos

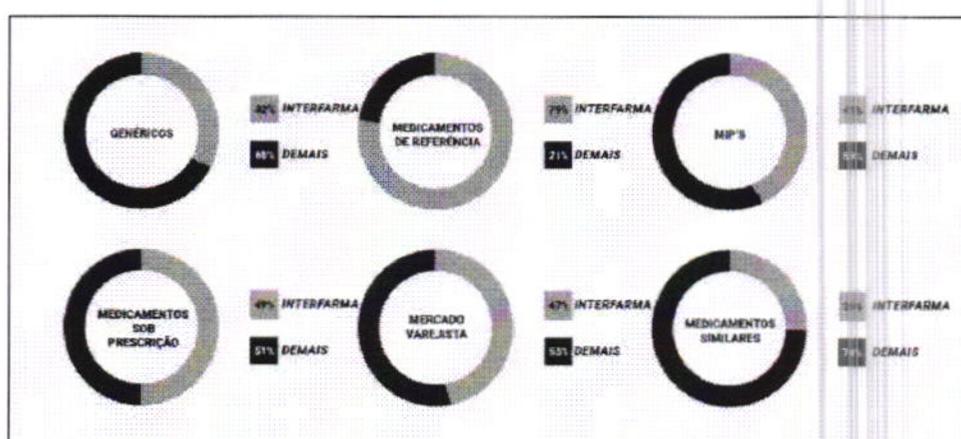
Prazo para registro (dias):

- 1.548 para similares
- 1.083 para genéricos
- 597 para sintéticos novos
- 371 para biológicos novos

Registros aprovados:

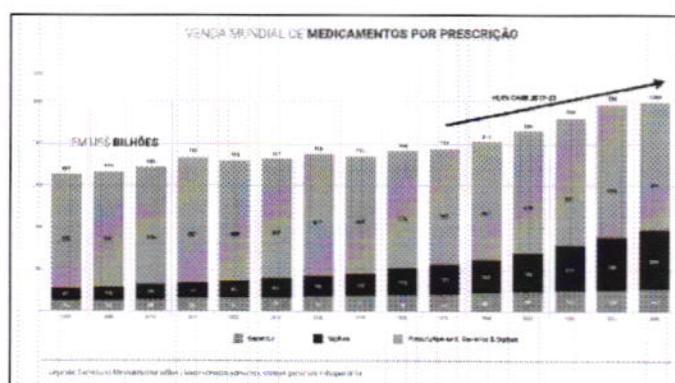
- 13 Similares
- 84 Genéticos
- 16 Sintéticos novos
- 14 Biológicos novos

Interfarma representa 47% do Mercado Varejista



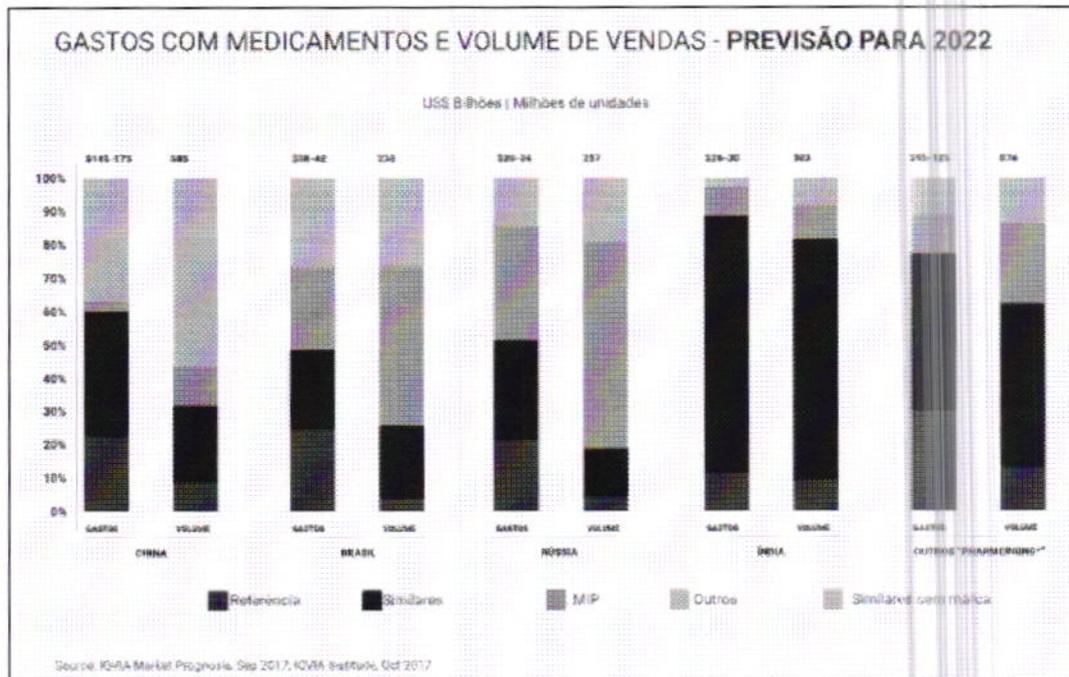
As empresas associadas representam 47% do varejo farmacêutico brasileiro, com destaque aos medicamentos de referência, segmento com 79% das terapias produzidas por farmacêuticas da entidade.

VENDAS NO MUNDO



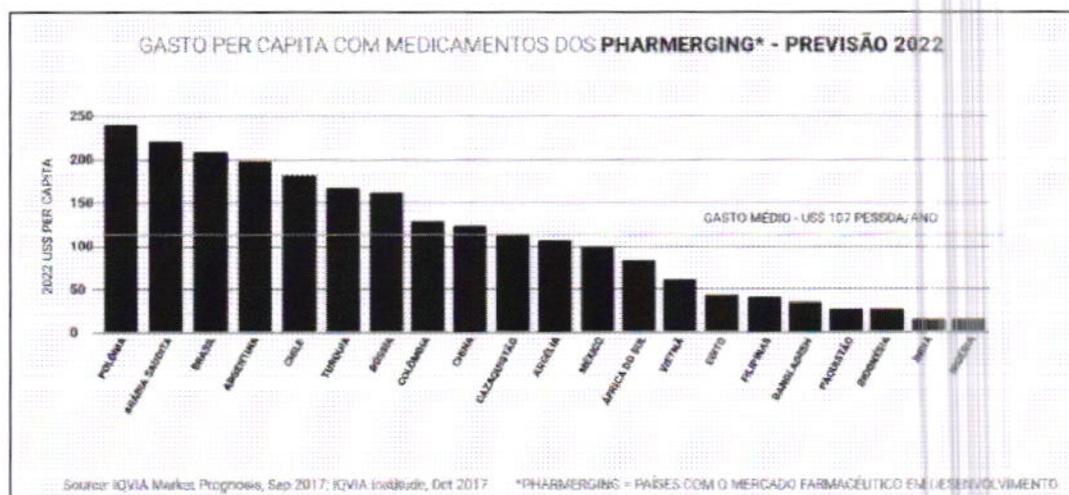
Projeção de crescimento sugere que o mercado mundial de medicamentos deve superar a casa do trilhão de dólares em 2022.

GASTOS COM MEDICAMENTOS



Projeção sugere que os gastos com medicamentos quem entre US\$ 38 bilhões e US\$ 42 bilhões em 2022 no Brasil.

GASTO PER CAPITA



Projeção mundial sugere que o gasto médio com medicamentos deva alcançar US\$ 107/pessoa por ano em 2022.

MERCADO FARMACÊUTICO MUNDIAL

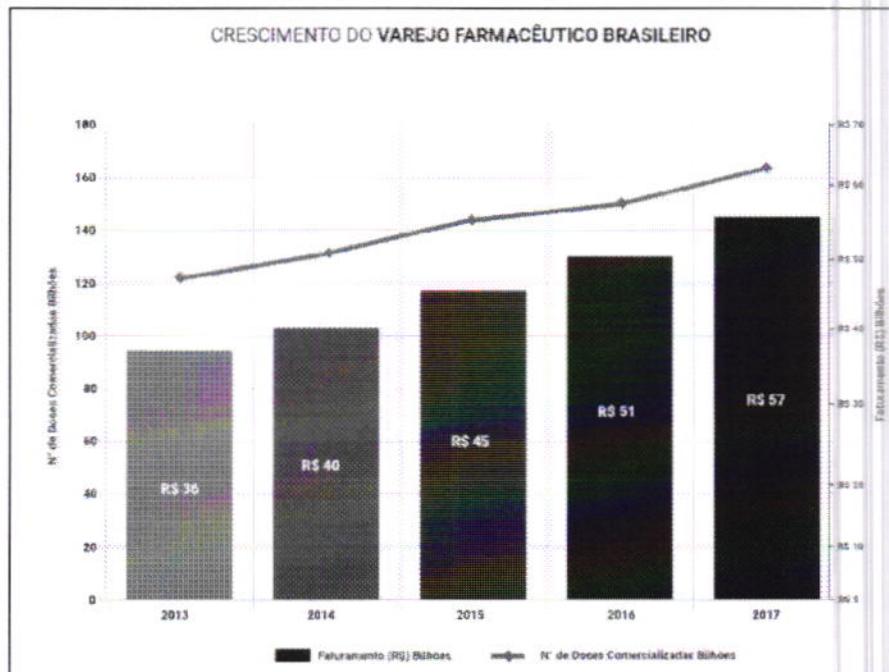
RANKING DOS MERCADOS FARMACÊUTICOS

2012			2017			2022		
RANK	PAÍS	INDEX	RANK	PAÍS	INDEX	RANK	PAÍS	INDEX
1	ESTADOS UNIDOS	100	1	ESTADOS UNIDOS	100	1	ESTADOS UNIDOS	100
2	CHINA	24	2	CHINA	24	2	CHINA	24
3	JAPÃO	24	3	JAPÃO	24	3	JAPÃO	24
4	ALEMANHA	11	4	ALEMANHA	11	4	ALEMANHA	11
5	FRANÇA	10	5	FRANÇA	10	5	BRASIL	10
6	ITÁLIA	7	6	BRASIL	7	6	FRANÇA	7
7	BRASIL	6	7	ITÁLIA	6	7	ITÁLIA	6
8	REINO UNIDO	6	8	REINO UNIDO	6	8	REINO UNIDO	6
9	ESPAÑA	5	9	ESPAÑA	5	9	ÍNDIA	5
10	CANADÁ	5	10	CANADÁ	5	10	ESPAÑA	5
11	ÍNDIA	4	11	ÍNDIA	4	11	CANADÁ	4
12	COREIA DO SUL	3	12	RÚSSIA	3	12	RÚSSIA	3
13	AUSTRÁLIA	3	13	COREIA DO SUL	3	13	COREIA DO SUL	3
14	RÚSSIA	3	14	AUSTRÁLIA	3	14	AUSTRÁLIA	3
15	MÉXICO	2	15	MÉXICO	2	15	TURQUIA	2
16	ARGENTINA	2	16	TURQUIA	2	16	MÉXICO	2
17	ARÁBIA SAUDITA	2	17	POLÓNIA	2	17	ARGENTINA	2
18	POLÓNIA	2	18	ARÁBIA SAUDITA	2	18	POLÓNIA	2
19	SUÍÇA	2	19	ARGENTINA	2	19	ARÁBIA SAUDITA	2
20	BÉLGICA	2	20	SUÍÇA	2	20	SUÍÇA	2

RANKING DAS INDÚSTRIAS

RANK	FABRICANTE	2013	2014	2015	2016	2017
1	ACHE	3 2.018.603	1 2.306.149	1 2.792.186	1 3.303.447	1 3.817.551
2	EMS PHARMA	1 2.191.935	2 2.187.094	2 2.444.842	2 2.799.346	2 3.133.496
3	SANOFI	2 2.033.933	3 2.175.221	3 2.409.841	3 2.654.651	3 2.813.963
4	EROFARMA	5 1.311.488	4 1.836.542	4 1.543.577	4 2.188.280	4 2.598.411
5	NEO QUÍMICA	6 1.042.638	5 1.433.426	5 1.187.368	5 1.516.343	5 1.561.026
6	NOVARTIS	8 839.991	8 1.103.022	6 1.081.773	7 1.244.668	6 1.364.091
7	BIOLAB-SANUS FARMA	10 827.132	7 1.108.128	9 961.938	6 1.250.744	7 1.354.345
8	LIBBS	12 688.707	11 1.013.798	11 858.583	10 1.159.287	8 1.314.313
9	MEDLEY	4 1.345.530	7 1.016.225	6 1.111.505	8 1.215.090	9 1.250.258
10	BAYER PHARMA	9 831.132	8 971.125	9 1.075.660	9 1.183.000	10 1.240.598
11	TAKEDA PHARMA	11 782.628	12 850.540	12 935.874	12 1.040.052	11 1.225.296
12	PFIZER	7 901.267	10 947.698	10 1.019.813	11 1.107.706	12 1.137.600
13	BOEHRINGER ING	19 566.140	20 594.976	17 717.247	14 908.688	13 1.051.232
14	QIMED	16 600.200	16 642.124	18 715.777	17 815.595	14 1.025.380
15	ASTRAZENECA BRASIL	14 639.577	13 730.900	13 817.761	13 920.037	15 982.734
16	GSK FARMA	23 516.412	19 611.192	15 730.061	16 829.095	16 982.01
17	MANTECORP I Q FARM	18 572.675	17 620.893	16 719.740	18 813.333	17 917.490
18	JOHNSON JOHNSON	15 601.997	14 707.159	14 798.690	15 848.473	18 893.529
19	ABBOTT	24 512.103	25 541.501	21 640.428	20 739.950	19 833.037
20	SANDOZ DO BRASIL	13 667.663	19 714.955	19 714.955	19 763.348	20 801.353

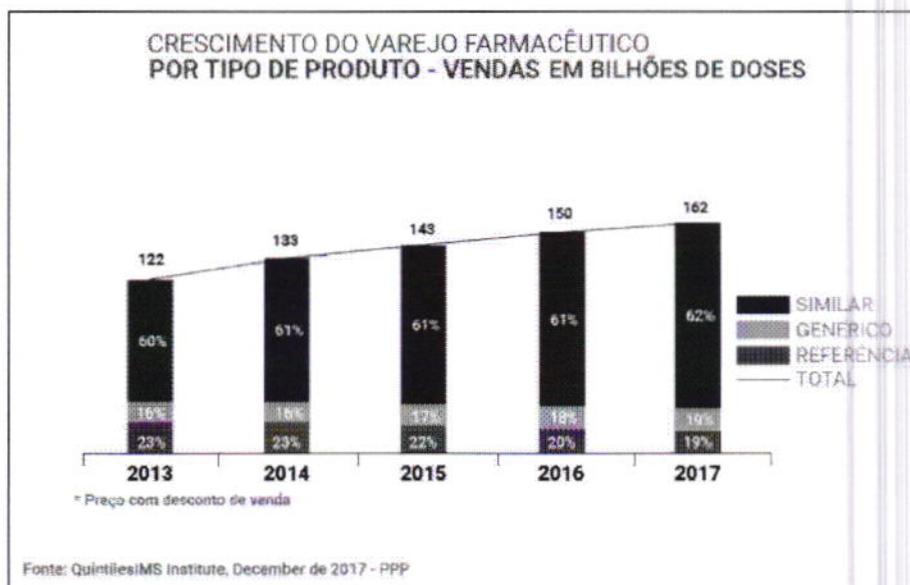
VAREJO BRASILEIRO



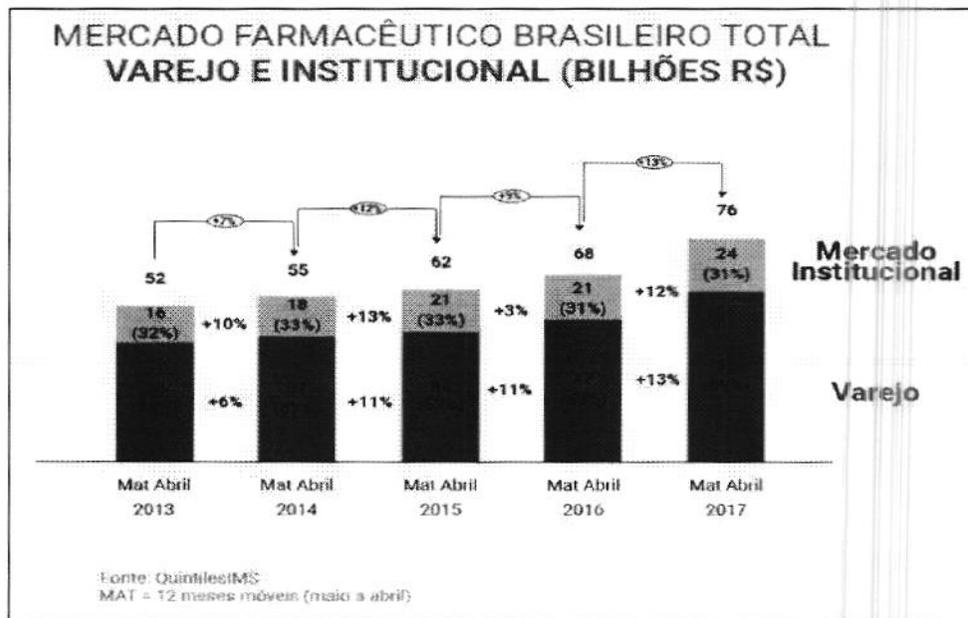
Venda de medicamentos em farmácias já alcançou R\$ 57 bilhões no país, com 162 bilhões de doses comercializadas.

VAREJO POR PRODUTO

Veja a divisão do varejo farmacêutico por tipo de produto

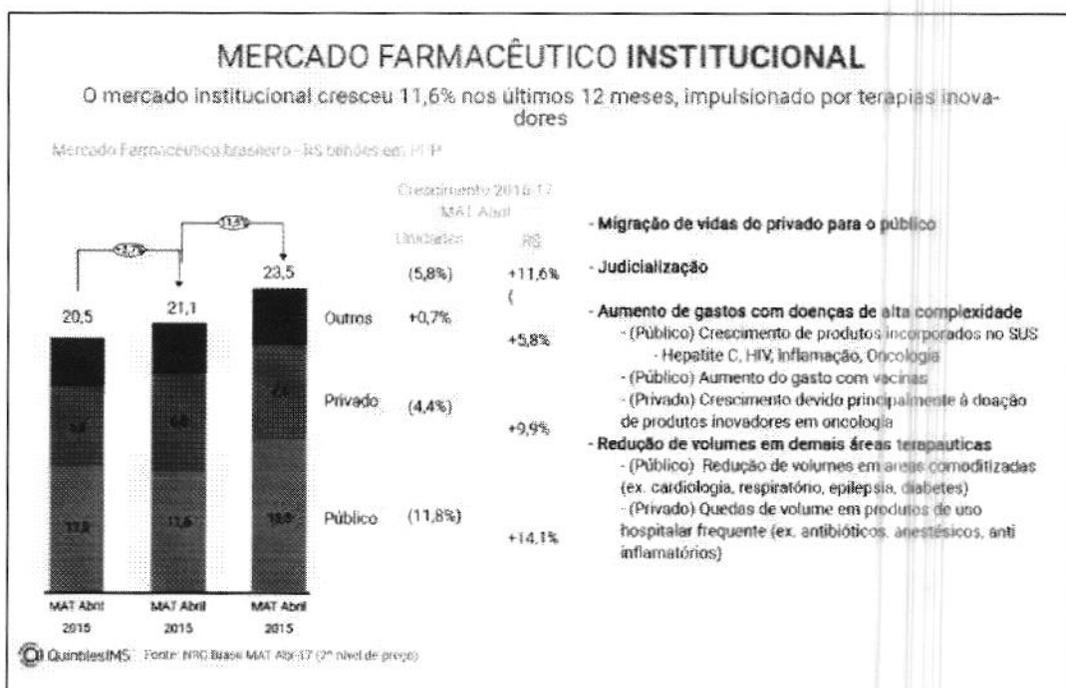


MERCADO BRASILEIRO



Considerando o recorte MAT abril (12 meses entre maio e abril), varejo farmacêutico responde por 69% do mercado enquanto o mercado institucional, formado em mais da metade pelas compras do governo, responde por 31%.

MERCADO INSTITUCIONAL

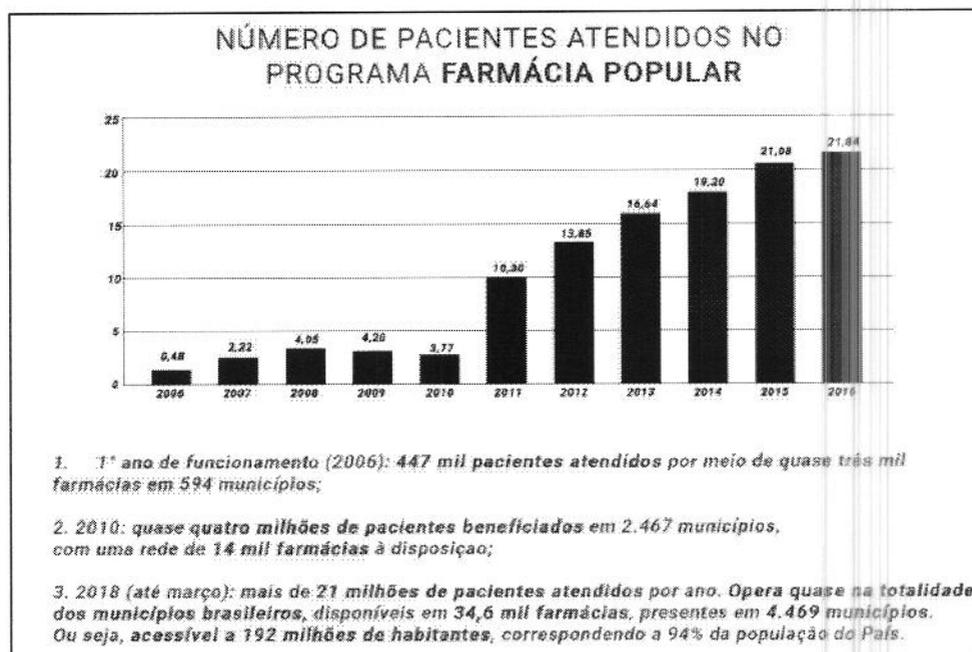


Considerando o recorte MAT abril (12 meses entre maio e abril), o último crescimento registrado foi de 11,6% no mercado institucional, sendo que as compras públicas foram as principais responsáveis pelo aumento.

COMPETITIVIDADE



FARMÁCIA POPULAR



Tido como um dos programas de saúde pública mais bem sucedidos do país, o Farmácia Popular combate algumas das doenças mais graves e com maior índice de mortalidade do país, como infartos e derrames cerebrais.

COMPRAS PÚBLICAS

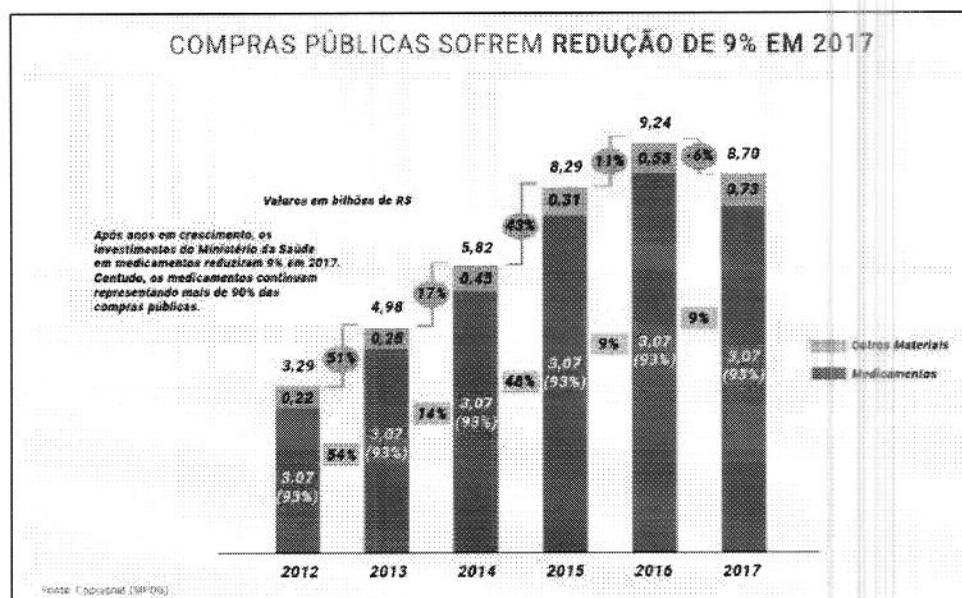
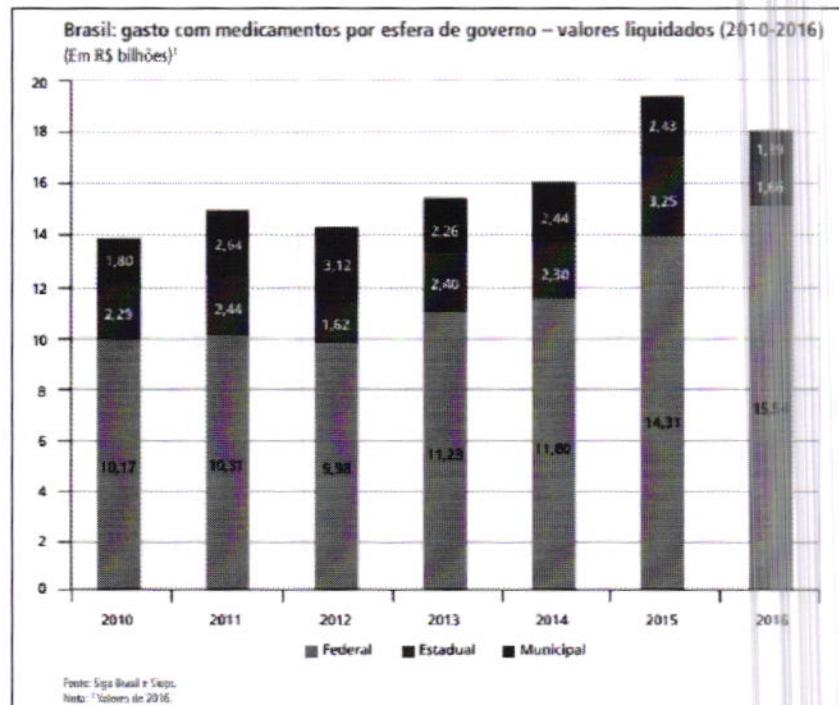


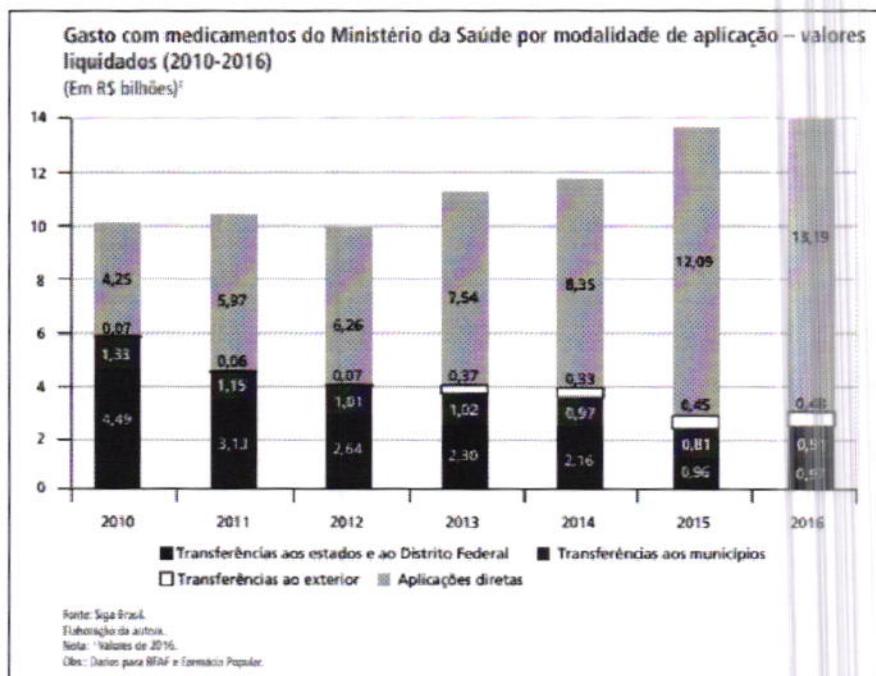
Gráfico mostra a evolução dos investimentos do governo no setor farmacêutico. Vale destacar que cerca de 75% da população brasileira é totalmente dependente do SUS.

2.6.8.1 - GASTO DO SUS COM MEDICAMENTOS

No total, o gasto do SUS com medicamentos nas três esferas de governo passou, em termos reais, de R\$ 14,3 bilhões em 2010 para quase R\$ 20 bilhões em 2015 (crescimento de 40%), caindo para R\$ 18,6 bilhões em 2016 (-7% nos últimos dois anos). Entre 2010 e 2016, registrou-se crescimento de 30%. Quanto ao gasto por esfera de governo, o gráfico 1 mostra queda nos valores liquidados pelos estados e o Distrito Federal (-27%) e pelos municípios (-23%), além de aumento do gasto do governo federal (53%) neste período.

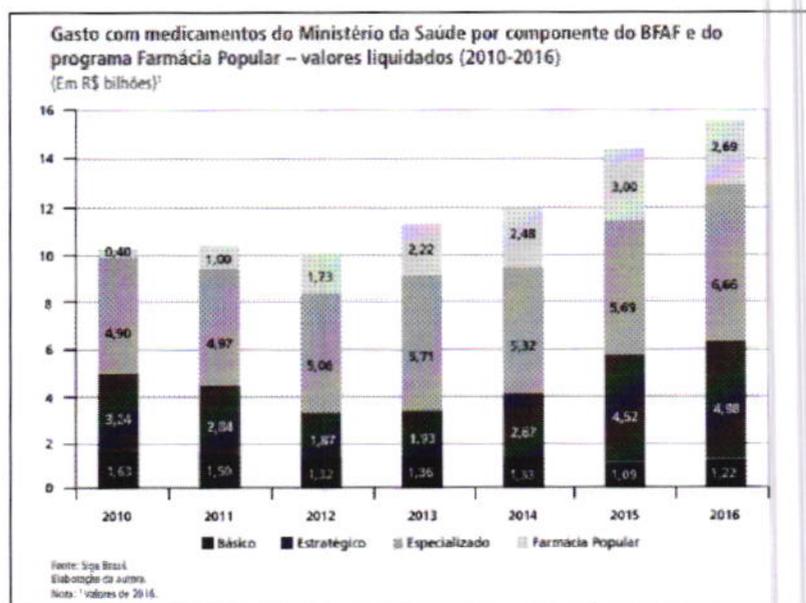


A redução do gasto das esferas subnacionais foi proeminente em 2016 em relação a 2015, registrando queda de 49% para os estados e o Distrito Federal e de 43% para os municípios. Entre os últimos dois anos, o gasto do governo federal cresceu 8%.



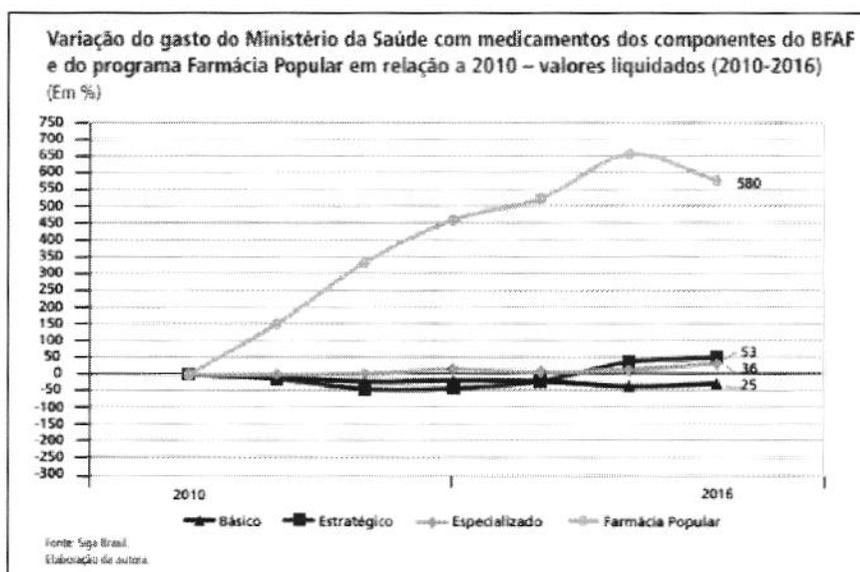
No que se refere ao gasto do Ministério da Saúde, o gráfico acima apresenta os valores por modalidade de aplicação, o que inclui o BFAF e o Farmácia Popular. Houve redução das transferências para estados e Distrito Federal (-79%), bem como para os municípios (-32%), e aumento das

transferências ao exterior (621%) e das aplicações diretas (210%). Em 2010, essas últimas correspondiam a 42% do orçamento, passando a participar em 85% em 2016.



O gráfico acima apresenta a evolução do gasto com medicamentos do Ministério da Saúde por componente do BFAF e do Farmácia Popular, no período de 2010 a 2016.

O gasto com o Farmácia Popular e com o componente estratégico destacou-se pela magnitude do seu crescimento entre 2010 e 2016, 580% e 53%, respectivamente, sendo que, no mesmo período, o componente básico do BFAF sofreu redução de 25% em termos reais (gráfico 4). No âmbito do componente estratégico, o gasto com medicamentos para o tratamento de DST/Aids praticamente não variou (0,43%, de R\$ 912,2 milhões para R\$ 916,1 milhões em valores de 2016); e houve crescimento das despesas com imunobiológicos (64,7%, passando de R\$ 1,7 bilhão para R\$ 2,8 bilhões) e com os hemoderivados (151,9%, de R\$ 435,9 milhões para R\$ 1,1 bilhão), havendo decréscimo do gasto com os demais medicamentos (-9,6%, de R\$ 215,1 milhões para R\$ 194,4 milhões).



2.6.8.2 - VENDA DE GENÉRICOS IMPULSIONA FATURAMENTO DE DISTRIBUIDORES DE MEDICAMENTOS, SEGUNDO ABRADILAN

De janeiro a novembro de 2016, os associados da Abradilan (Associação Brasileira de Distribuição e Logística de Produtos Farmacêuticos) foram responsáveis pela comercialização de 859 milhões de unidades de medicamentos, segundo a pesquisa realizada pelo IMS Health. No mesmo período de 2015, foram 797 milhões de unidades comercializadas. Isso representa um aumento de 7,7%.

Em relação ao faturamento, de janeiro a novembro de 2016, o valor foi de R\$ 14.450 bilhões, sendo que no mesmo período de 2015, o montante chegou a R\$12.900 bilhões. Isso representa um aumento de 12% no faturamento.

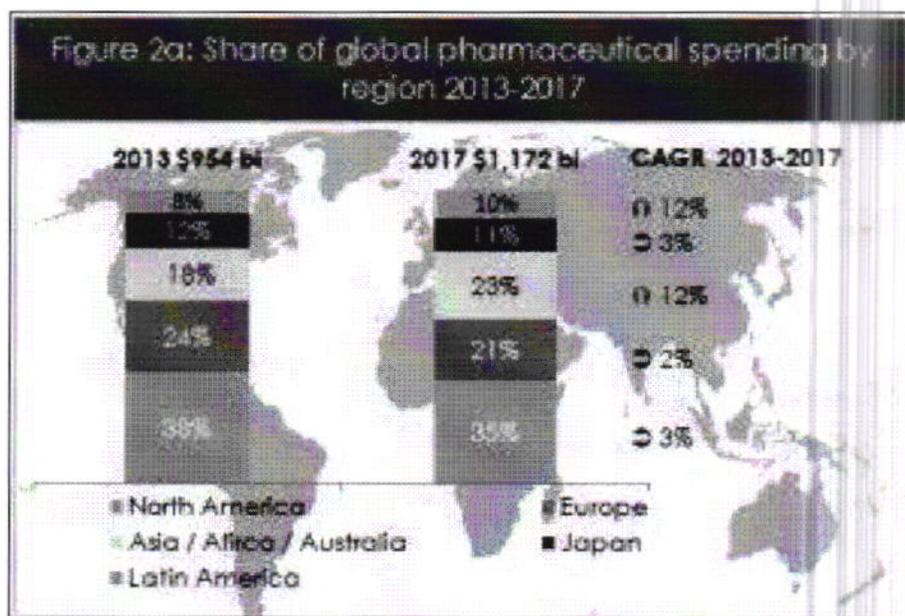
Segundo o assessor jurídico e relações institucionais da Abradilan, José Carlos Nogueira, com a crise econômica e com o orçamento mais enxuto, muitas famílias optaram por medicamentos com valores mais acessíveis e por isso, os genéricos tiveram destaque nas vendas impulsionando o setor, visto que os associados Abradilan são responsáveis pela distribuição de 30% dos medicamentos genéricos no Brasil.

Fonte: ABRADILAN

2.6.9 - MERCADO FARMACÊUTICO PREVÊ CRESCIMENTO DE DOIS DÍGITOS

Com vendas farmacêuticas crescendo em 3% ao ano em mercados maduros como América do Norte, Europa e Japão, os já bem-sucedidos Laboratórios Farmacêuticos continuarão a procurar mercados emergentes para alimentar seu crescimento. América Latina e Ásia destacam-se como

principais regiões de crescimento, cada uma expandindo uma média de 14% por ano entre 2008 e 2012 e espera-se manter um ritmo médio de dois dígitos de crescimento ao ano até 2019.



Os impulsionadores do crescimento sustentado nas vendas farmacêuticas em toda a América Latina

Urbanização, maior acesso à educação e uma maior proporção de mulheres na força de trabalho estão ajudando a reforçar os níveis de renda em toda a América Latina, impulsionando a expansão de vendas farmacêuticas à medida que as pessoas começam a gastar mais em cuidados de saúde além das necessidades básicas. Entre 2002 e 2009 a classe média na América Latina cresceu mais de 60 milhões de pessoas (enquanto na Ásia, por comparação, a classe média cresceu 49 milhões).

Três importantes desenvolvimentos continuarão a moldar o mercado e aumentar o crescimento das vendas farmacêuticas nos próximos anos

1. Primeiro, os padrões de consumo continuarão a inclinar-se para um aumento do uso de genéricos em toda a região, tendência orientada por governos que procuram ampliar o acesso à saúde e em redução custos. Os produtores locais de medicamentos genéricos estão se tornando a força motriz do mercado farmacêutico, com medicamentos genéricos e similares. Os laboratórios locais estão crescendo em um escalonamento de 20-30% ao ano, permitindo que os medicamentos genéricos, serem vendidos em mercados domésticos 70% mais baratos do que os seus referencias patenteados.
2. A consolidação das redes de farmácias e a expansão contínua das cadeias de varejo / supermercado irão acentuar essa tendência no futuro. Um estudo conduzido por Nadro, um atacadista médico mexicano, indica que cadeias de farmácias e supermercados passaram de 69% das vendas farmacêuticas mexicanas em 2007 para 88% em 2018, reduzindo a participação de farmácias

independentes. A entrada do Wal-Mart no mercado de farmácias no México e a aquisição pela Femsa, das redes de farmácias locais mexicanas Farmácias Yza e Farmácias FM Moderna, são testemunho de como as grandes redes de varejo modernas estão tomando conta de distribuição farmacêutica.

Consolidação do segmento de varejo farmacêutico levará a um menor potencial dos distribuidores – de receita bruta maior – para medicamentos sem prescrição médica, simplificando assim o processo de vendas e aumentando simultaneamente a dependência de alguns revendedores. Isso vai levar a uma série de consequências:

- A consolidação se traduz em uma grave interrupção de práticas de longa data por fabricantes de produtos já estabelecidos, que aproveitaram as ineficiências de um mercado bem fragmentado. Negociações mais agressivas entre varejistas e Distribuidores criando assim um potencial risco para fornecedores desavisados.

- O crescimento das redes de farmácia também será refletido no atacado, diminuindo drasticamente as margens, obrigando assim este segmento a se reinventar. Graças a seus vastos poderes de negociação, grandes varejistas podem procurar ignorar este segmento completamente realizando um bypass.

3. Enquanto isso, os planos de saúde privados estão ganhando força e O mercado para clínicas e hospitais privados de “renda média” está crescendo. apresentando vendas adicionais e grandes oportunidades para os fabricantes de equipamentos / MP.

Destinos de investimento inteligentes

Em última análise, para empresas farmacêuticas, a América Latina é uma forte aposta para o crescimento futuro. Alguns mercados se destacam dentro da região: o Brasil vai continuar a ser o principal motor das despesas de saúde na região, representando ~ 43% das vendas farmacêuticas da região entre 2013-2018, seguido pelo México como o segundo maior da região mercado com ~ 17% das vendas da região. Espera-se que o Brasil se torne o quinto maior mercado farmacêutico do mundo até 2020.

Colômbia e Peru apresentam fortes perspectivas de crescimento, embora tenha uma pequena base de população. O Chile mantém as características de um mercado mais maduro, com crescimento consistente e estável. Em contraste, os problemas econômicos e pressões inflacionárias atualmente estão afetando países como a Argentina e a Venezuela, causando diferentes graus de distorção ao mercado em valores, preços e margens nesses países. Como resultado, é difícil prever como esses mercados irão, embora a imagem pareça mais sombria do que para os seus vizinhos.

O mercado mundial continuará a olhar para o Brasil e o México como os pilares da região, buscando crescimento adicional dos mercados emergentes, como a Colômbia e Peru.

2.6.10 - VENDA DE MEDICAMENTOS POR DISTRIBUIDORES CRESCE 9% EM 2017

As vendas de medicamentos por distribuidores cresceram 9% no ano de 2017, de acordo com dados da Associação Brasileira de Distribuição e Logística de Produtos Farmacêuticos (Abradilan). Nos 12 meses, o faturamento do setor chegou a R\$ 5,3 bilhões.

O volume total de unidades comercializadas chegou a 1 bilhão no ano passado, elevação de 5,2%.

Apenas no mês de dezembro, as vendas alcançaram R\$ 442 milhões, expansão de 6% na comparação anual. A entidade reúne 146 empresas distribuidoras de medicamentos e produtos de higiene pessoal e cosméticos. Segundo a Abradilan, 70% do varejo farmacêutico é atendido pelo canal distribuição.

Fonte: ABRADILAN

2.6.10.1 - VENDA DE GENÉRICOS IMPULSIONA FATURAMENTO DE DISTRIBUIDORES DE MEDICAMENTOS, SEGUNDO ABRADILAN

De janeiro a novembro de 2016, os associados da Abradilan (Associação Brasileira de Distribuição e Logística de Produtos Farmacêuticos) foram responsáveis pela comercialização de 859 milhões de unidades de medicamentos, segundo a pesquisa realizada pelo IMS Health. No mesmo período de 2015, foram 797 milhões de unidades comercializadas. Isso representa um aumento de 7,7%.

Em relação ao faturamento, de janeiro a novembro de 2016, o valor foi de R\$ 14.450 bilhões, sendo que no mesmo período de 2015, o montante chegou a R\$12.900 bilhões. Isso representa um aumento de 12% no faturamento.

Segundo o assessor jurídico e relações institucionais da Abradilan, José Carlos Nogueira, com a crise econômica e com o orçamento mais enxuto, muitas famílias optaram por medicamentos com valores mais acessíveis e por isso, os genéricos tiveram destaque nas vendas impulsionando o setor, visto que os associados Abradilan são responsáveis pela distribuição de 30% dos medicamentos genéricos no Brasil.

Responsáveis pela distribuição de 21% das unidades vendidas dos medicamentos no Brasil, os associados da Abradilan visitam 96% dos municípios do país e atendem 71% das farmácias em todo território nacional. Presentes em 24 estados, os 143 associados da Abradilan, empregam 11 mil pessoas diretamente. Constituída em 1998, a Abradilan conta com empresas distribuidoras de medicamentos, produtos para a saúde, artigos de higiene pessoal e cosméticos no mercado brasileiro. Sua missão é contribuir para o desenvolvimento e fortalecimento do mercado promovendo a melhoria contínua e eficaz de seus serviços.

2.6.11 - SETOR FARMACÊUTICO EM 2018

Em relação ao setor farmacêutico, é possível afirmar que continuará crescendo. A estimativa para este ano é de um crescimento entre 6,9% a 9,3% do mercado farmacêutico em faturamento e aproximadamente 3,0% em unidades. No que se refere ao varejo farmacêutico, segundo dados da Close-Up International, as grandes redes continuarão a aumentar sua representatividade no mercado. Dentro deste mercado os nutracêuticos e as vitaminas crescerão mais.

De acordo com boletim do Departamento Econômico Brasil, do Credit Suisse, haverá uma retomada gradual de atividade e o crescimento econômico aumentará em 2018. Essa dinâmica presume que o ambiente global permanecerá favorável e que o quadro político no Brasil não contaminará a economia de forma significativa.

Em relação ao setor farmacêutico, é possível afirmar que continuará crescendo. As consultorias QuintilesIMS e Close-Up estimam, para este ano, um crescimento entre 6,9% a 9,3% do mercado farmacêutico em faturamento e aproximadamente 3,0% em unidades. Estes dados foram apresentados no Fórum Expectativas 2018, realizado pelo Sindusfarma, no dia 09 de agosto de 2017.

No que se refere ao varejo farmacêutico, segundo dados da Close-Up International, as grandes redes continuarão a aumentar sua representatividade no mercado (9,3%), porém, de forma mais lenta que nos anos anteriores. Outra informação importante é que as farmácias independentes seguirão muito relevantes, mas já sentindo o peso do momento atual, e as farmácias de associativismo apresentarão um crescimento acima do mercado.

Em relação aos profissionais farmacêuticos, conforme a ABRAFARMA, Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias, uma revolução silenciosa tomará conta do país, em pequenos e grandes centros urbanos. Profissionais farmacêuticos que antes se dedicavam tão somente a interpretar prescrições médicas, aplicarão vacinas, utilizarão seus conhecimentos nos consultórios farmacêuticos e acompanharão os tratamentos prescritos pelos médicos. É a revolução da assistência farmacêutica avançada, oferecendo cada vez mais serviços, num movimento capitaneado principalmente pelas redes associadas à Abrafarma.

Serão milhares de farmacêuticos engajados dia e noite na nobre missão de transformar a saúde de milhares e milhares de brasileiros que tem dificuldade em interpretar os sinais mais simples de sua doença, ou de manejar sua enfermidade crônica. É o mais impressionante movimento de melhoria da saúde em nosso País em muitos anos. Silencioso. Eficaz. Democrático.

Consoante aos indicadores positivos e com estimativa de crescimento, o mercado de suplementos nutricionais, que de acordo com a ABENUTRI (Associação Brasileira das Empresas de Produtos Nutricionais) cresceu 11% em 2017, continuará em franco desenvolvimento em 2018, tanto nos pontos de vendas quanto no e-commerce. Como o nível de informação cresce entre médicos e nutricionistas, a procura poderá aumentar.

Dentro deste mercado há algumas categorias que podem apresentar uma grande oportunidade de crescimento, tais como os Nutracêuticos, vitaminas e minerais. Em conformidade com o relatório

publicado pela Markets and Markets, a estimativa é que a venda poderá saltar para \$33,6 bilhões em 2018. Já o mercado de fitness, segundo dados de pesquisa da Euromonitor, deve movimentar R\$ 27 bilhões até 2020 no Brasil.

Mesmo diante de tantas adversidades no cenário econômico brasileiro, o mercado farmacêutico será promissor e é possível esperar ótimos resultados neste ano de 2018.

2.6.11.1 - O BRASIL É HOJE UM DOS MAIORES MERCADOS DE FÁRMACOS E MEDICAMENTOS DO MUNDO.

O Brasil é hoje um dos maiores mercados de fármacos e medicamentos do mundo e conta com importantes indústrias do setor em seu território. A indústria nacional é uma das líderes de vendas e vem aumentando seus investimentos no setor. Em 2012, o faturamento do setor farmacêutico foi de R\$ 51,7 bilhões, um crescimento de 7,6% em relação a 2011, segundo dados do Pharmaceutical Market Brazil (PMB). Este panorama favorável gerou nos últimos anos um grande interesse de empresas estrangeiras no setor, que aqui se instalaram de forma autônoma ou por arranjos comerciais com empresas locais.

Neste contexto, observa-se hoje uma crescente demanda de indústrias farmacêuticas estrangeiras em busca de distribuidores locais para comercialização de seus produtos no mercado brasileiro. Porém, há que se considerar as implicações jurídicas a serem observadas tanto pelo fabricante do medicamento, quanto pelo distribuidor, que será responsável por colocar de fato o produto no mercado.

O setor de medicamentos no Brasil é regulado principalmente pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA e os fabricantes e distribuidores devem cumprir uma série de requisitos para promover e vender medicamentos no País. Neste aspecto, o distribuidor local será o representante do fabricante estrangeiro e principal responsável, junto às autoridades, para promoção e distribuição do medicamento. Isto, obviamente, dentro do contexto de que, do ponto de vista do Código de Defesa do Consumidor, qualquer entidade que esteja na cadeia de fornecimento (fabricante, distribuidor, representante de vendas, vendedor, dentre outros) são solidariamente responsáveis pelo produto vendido ao consumidor.

Por este motivo, a relação entre fabricante estrangeiro e distribuidor local deve ser regulada por um contrato de distribuição específico que preveja, além das cláusulas comuns a uma compra e revenda, também aquelas específicas de uma distribuição de medicamentos no Brasil, como obrigações de registro do medicamento e do distribuidor junto à ANVISA, farmacovigilância do produto, hipóteses de recall e retirada do produto do mercado, dentre outras.

Todos os medicamentos comercializados no Brasil devem obter seus registros prévios junto à ANVISA por uma empresa brasileira. Assim, se o fabricante estiver fora do País, o distribuidor será o responsável pelo registro e aprovação do medicamento naquele órgão, além de cumprir todos os requisitos de boas práticas de distribuição. O distribuidor ainda deve ser devidamente licenciado pela ANVISA e vigilâncias locais para promover a distribuição e manter suas licenças válidas durante todo

o prazo do contrato. O contrato ainda deve prever a necessidade de aprovação dos materiais de propaganda, de acordo com os regulamentos da ANVISA.

Outra questão importante diz respeito à farmacovigilância dos produtos introduzidos no mercado, ou seja, o dever de reportar eventos adversos à autoridade pública. Estando o fabricante fora do País, o distribuidor será responsável pelas atividades de farmacovigilância do medicamento e, neste ponto, o contrato deve ser o mais específico possível em relação às responsabilidades de cada parte para minimizar falhas nos procedimentos. No Brasil, o detentor do registro deve garantir a rastreabilidade de um medicamento até o ponto de varejo, sendo tal tarefa alocada contratualmente para o distribuidor, em geral.

O distribuidor local ainda será responsável pelas interações com as autoridades governamentais, especialmente a ANVISA. Portanto, o contrato deve prever a forma em que o distribuidor reportará ao fabricante todas as demandas das autoridades locais e as providências tomadas a respeito, tudo de forma a preservar a reputação e marcas constituídas pelo fabricante ao longo do tempo, em âmbito global.

O contrato deve prever, ainda, o controle de qualidade e o reporte do distribuidor ao fabricante acerca de eventuais defeitos nos medicamentos tão logo forem identificados. Inclui-se neste contexto eventual necessidade de recalls e, em último caso, a retirada do medicamento defeituoso do mercado, com sua devolução ao fabricante ou destruição pelo distribuidor.

Fonte: ABAFARMA

2.6.12 - O FUTURO DO SETOR FARMACÊUTICO

O setor de farmácias tem um futuro bastante promissor, devido a fatores demográficos, ao comportamento da população e às inovações que indústrias e varejistas trarão, de forma cada vez mais acelerada, ao mercado.

Por mais que fatores inesperados, como mudanças climáticas ou doenças que geram um súbito aumento de demanda por determinados produtos, possam causar movimentos sazonais, é possível prever com certo grau de confiabilidade uma série de fatores que levam ao crescimento das farmácias, não só no Brasil, como em toda a América Latina.

Talvez o fator mais importante seja a demanda contratada da população idosa. Na pirâmide etária brasileira, a participação dos idosos na população dobrará nos próximos 20 anos, saltando dos atuais 7% para 14%. Esse é um fenômeno que demorou 100 anos para ocorrer na Europa e que provocará um forte crescimento da procura por medicamentos e serviços oferecidos pelas farmácias.

Esse fator, isoladamente, já praticamente garante que o setor de farmácias terá nos próximos anos um crescimento de dois dígitos em suas vendas, uma vez que pessoas com mais de 60 anos de idade gastam até 10 vezes mais em medicamentos que pessoas na faixa dos 20 anos.

O crescimento da indústria farmacêutica e o aumento da preocupação com a erradicação de doenças infantis aumentou em todo o mundo a quantidade de vacinas dadas a crianças até 6 anos de idade: há 20 anos, cada criança recebia em média 10 vacinas até completarem 6 anos de idade, número que saltou para 36 atualmente.

Além disso, por mais que o processo de lançamento e homologação de medicamentos seja demorado, nos próximos 10 anos espera-se que 500 novos produtos cheguem ao mercado, a maior parte ligada a doenças crônicas do estilo de vida contemporâneo, como câncer, doenças cardíacas, sistema nervoso e diabetes. Metade dos adultos tem pelo menos uma doença crônica. O grande desafio é entender o impacto das interações medicamentosas, já que pessoas com doenças crônicas tendem a precisar tomar mais do que um medicamento.

Esses fatores se combinam para garantir o futuro das farmácias nas próximas décadas. Com a demanda em alta, o varejo precisa compreender o comportamento do consumidor para que ele visite mais as lojas e incremente sua cesta de produtos e seus gastos.

Hoje, o principal driver de clientes para as lojas é a conveniência: estar nos melhores pontos comerciais é crítico para o sucesso dos negócios. Escala é importante para o negócio e traçará a consolidação do mercado em toda a América Latina. Se hoje a maioria das lojas é independente ou faz parte de pequenas redes, daqui a alguns anos haverá uma mudança drástica nesse perfil.

Vencerão as empresas que conseguirem sair da relação asséptica e focada em doenças para se tornar mais sofisticadas, reforçando seu mix de dermocosméticos e perfumaria e, na esteira desse movimento, tratar da saúde e bem-estar do consumidor em todos os seus momentos. O consumidor que vai à farmácia comprar dermocosméticos está em um momento de compra individual, altamente emocional, diferente do consumidor que tem em sua missão a compra de um medicamento.

Nesse sentido, abordar o consumidor com a comunicação adequada, reconhecer o seu relacionamento com a sua marca, e ofertar serviços, conteúdos e descontos personalizados, é o caminho certo para aumentar as vendas e impulsionar os resultados.

3. O Plano de recuperação judicial

3.1. Motivos da crise

Como relatado no item 2.3.1 o Grupo vinha em pleno e sistêmico crescimento desde a sua fundação, aumentando expressivamente o mix de produtos, o número de fornecedores, os modelos de comercialização, os perfis de clientes, os investimentos, principalmente em infraestrutura para adequação de suas bases, compra de empresas consideradas estratégicas, implantação de novas empresas, abertura de filiais em outros estados, bem como a diversificação para novos negócios, como no segmento de pecuária de corte.

Em 2015, porém, o mercado sofreu forte queda, mudando radicalmente sua performance de demanda. Com a crise econômica e financeira brasileira iniciando, as instituições financeiras reduziram limites e elevaram as taxas, época em que iniciam os primeiros casos de inadimplência do Grupo frente a fornecedores.

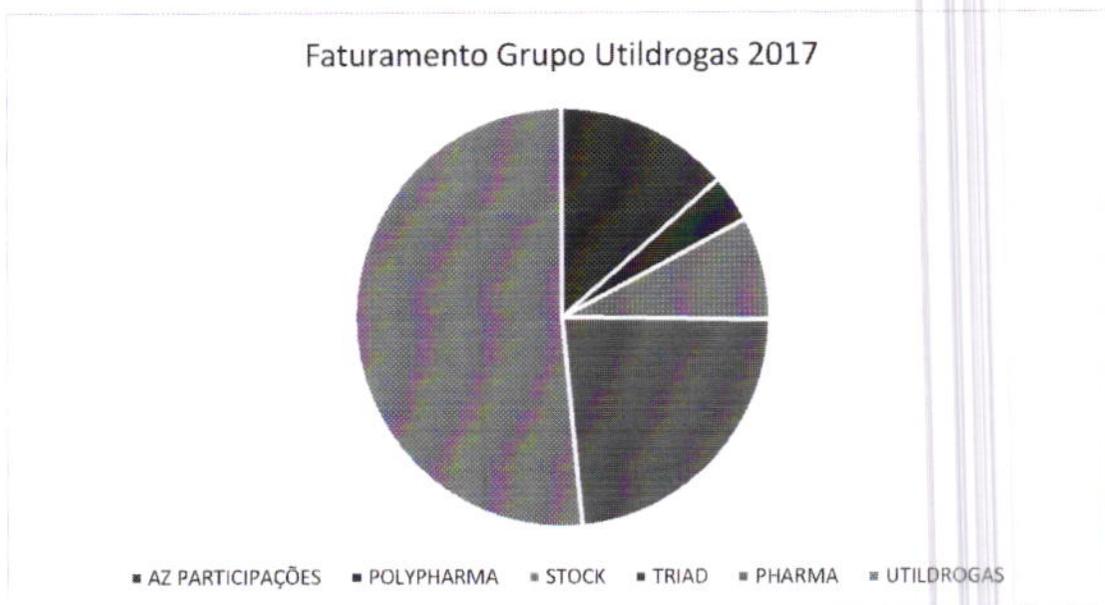
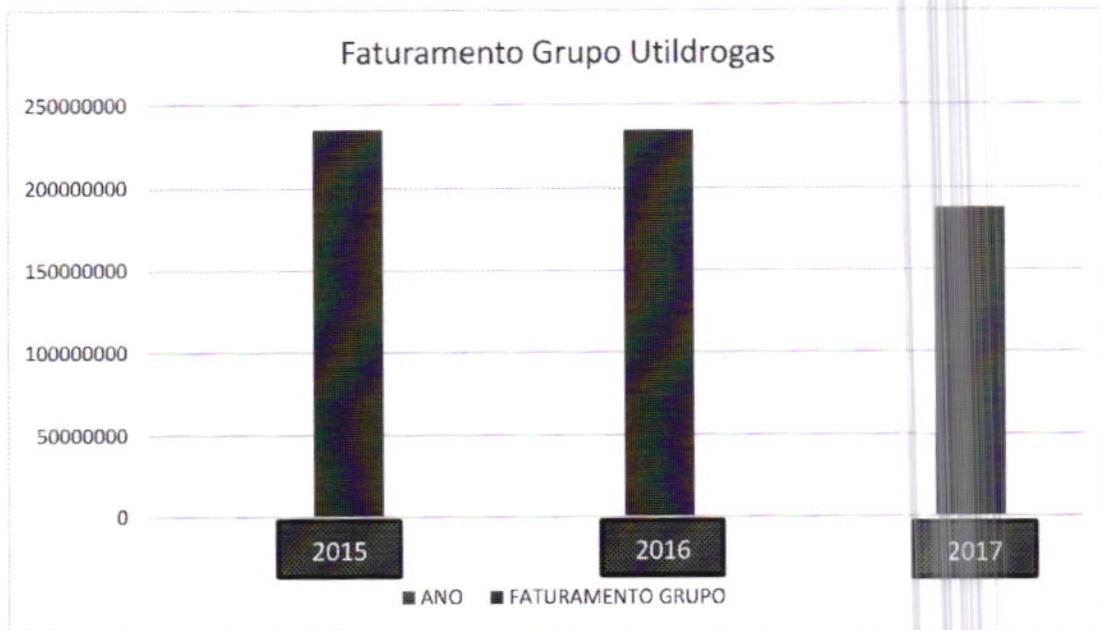
O Grupo renegociou junto a bancos e fornecedores seus compromissos, porém o resultado alcançado foi temporário, pois tais alongamentos implicavam em revisões de taxas de juros, que foram sistematicamente majoradas a cada prorrogação.

Em 2016 vem somar aos inúmeros problemas o fator “gota d’água”, ou seja, o episódio em que os sócios tiveram todos os seus bens bloqueados por uma ação Civil Pública do Governo do Tocantins, que alegou que as empresas do Grupo Utildrogas não haviam cumprido contratos vencidos por processos licitatórios e, conseqüentemente, todos os reflexos negativos nos cadastros das empresas do Grupo, resultando em limites de crédito cancelados, compromissos com vencimentos antecipados e TAREs cancelados em alguns estados, em decorrência do agravamento do problema de fluxo de caixa.

Em 2017 foi o momento de paralisar a venda aos governos estaduais e municipais.

Em função da falta de recursos a operação de pecuária foi reduzida e a tentativa de venda de ativos, que vinha desde 2015 continuou prejudicada em face da ação no Tocantins.

Com a redução das operações comerciais, o acúmulo de mais de R\$35.000.000,00 (trinta e cinco milhões) de prejuízo em dois anos, a capacidade financeira e econômica do Grupo se deteriorou a ponto do presente pedido de recuperação judicial figurar como sua última alternativa de soerguimento, sobremaneira a vista de pedido de falência formulado pelo Teuto contra uma das empresas do Grupo.



É importante salientar que, além das diversas variáveis externas que provocaram a expressiva crise vivenciada pelo Grupo, diversos fatores internos também contribuíram. Fatores estes, relativamente comuns que acompanham boa parte de organizações que crescem de forma expressiva ou rápida, mesmo diante de toda dedicação e boa-fé de seus sócios e gestores. Destacamos:

- A decisão de substituir em todas as empresas do Grupo o sistema de informação SIAC para o TOTS, com o objetivo de ter informações mais eficientes e completas. Demandou expressivo investimento financeiro e humano, não proporcionando o resultado esperado. No fim retornaram ao sistema SIAC;

- A aquisição de empresas com estratégicas carteiras de clientes e/ou fornecedores. Não foi dimensionado os passivos agregados, que prejudicaram o fluxo de caixa do Grupo;
- Com tantas intempéries e mudanças no sistema, o controle de mercadorias passou a sofrer ineficiência. Assim com certa frequência mercadorias ultrapassaram seus prazos de validade nos estoques das empresas do Grupo, ocasionando prejuízos com a inutilização de estoque pago e ainda com o processo de inutilização desse material;
- Com a queda nas vendas e o objetivo de buscar a recomposição do caixa, passa a ocorrer vendas para clientes já inadimplentes com o Grupo. Tal estratégia, desesperadora, se fundamentou nas promessas de pagamento por parte dos clientes, bem como no interesse em não perder a carteira. Estas ações somente contribuíram para o aumento ainda mais da inadimplência, que saltou de 8% para 15%.

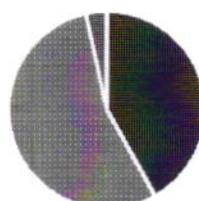
3.2. Primeira relação de credores

A relação de credores encontra-se assim dividida:

Classe I – Credores Trabalhistas	Total de R\$	0,00
Classe II – Credores com Garantia Real	Total de R\$	14.360.551,08
Classe III – Credores Quirografários	Total de R\$	18.736.138,27
Classe IV – Credores ME e EPP	Total de R\$	1.211.059,93
		TOTAL GERAL R\$ 34.307.749,28

Gráfico de representatividade de cada classe perante o total das dívidas sujeitas a RJ

Representatividade por Classe



- CLASSE 1 - CREDITORES TRABALHISTAS
- CLASSE 2 - CREDITORES COM GARANTIA REAL
- CLASSE 3 - CREDITORES QUIROGRAFÁRIOS
- CLASSE 3 - CREDITORES QUIROGRAFÁRIOS PARCEIROS
- CLASSE 4 - CREDITORES MICRO EMPR. E EMPRESAS DE PEQ. PORTE (*)

Esse quadro pode ser alterado com a apresentação da segunda relação de credores elaborada pelo Administrador Judicial ou, ainda, após julgadas possíveis impugnações ou habilitações retardatárias na publicação do Quadro Geral de Credores, como dita a Lei 11.101/2005.

Sobrevindo qualquer novo credor sujeito aos efeitos da Recuperação Judicial ou mesmo ocorrendo acréscimos aos valores ora listados por decisão judicial ou na hipótese de credores aderentes⁴, todos serão acomodados na proposta de pagamento aprovada pela Assembleia Geral de Credores e homologada pelo juízo do processo.

3.3. Plano de reestruturação operacional

Conciliantemente a este PLANO medidas de ajustes severas foram, estão e serão tomadas pelas RECUPERANDAS, em especial:

- a) O fechamento de 04 (quatro) empresas do Grupo, mantendo em seu processo de soerguimento, apenas as empresas UTILDROGAS DIST. DE PROD. FARMACÊUTICOS, PHARMA DISTRIBUIDORA LTDA. Esta estratégia visa o encerramento das atividades agropecuárias na pessoa jurídica e pessoa física, bem como o agrupamento de 04 (quatro) operações que atuam em segmento similar (distribuição de produtos farmacêuticos) em apenas 02 (duas) empresas, reduzindo custos, menor necessidade de capital de giro, maior eficiência nos processos, melhores condições de controle e, sobretudo, melhor rentabilidade do negócio. Este ajuste é a base fundamental do processo de soerguimento das RECUPERANDAS.
- b) Reestruturação Comercial da operação com ênfase no público alvo de seus clientes e áreas de atuação. Está previsto o encerramento das filiais e atuação em outros estados da Federação, focando a retomada das vendas no estado de Goiás nos primeiros 05 (cinco) anos deste novo ciclo. Em complemento e sinergia prevê ainda o não atendimento a clientes de grande porte, focando à realização de vendas para empresas de pequeno e médio porte, em especial farmácias, saindo gradativamente do segmento de Hospitais. A atuação no setor público será pontual. Esta reestruturação comercial visa, principalmente, buscar a pulverização do risco, com conseqüente redução dos índices de inadimplência.
- c) Corte de custos fixos, em especial, mas não somente, com alugueis, energia, telefonia, material de escritório e limpeza. Esta ação também contribui diretamente com a rentabilidade da operação;
- d) Redução orçamentária com gastos com Marketing de 1,0% para 0,3% do faturamento bruto;
- e) Redução e readequação da mão de obra, adequando o RH as novas necessidades das empresas frente ao processo de soerguimento, porém sem perda da capacidade técnica e produtiva em suas respectivas operações. No momento a empresa opera, em face do cenário

⁴ Credor aderente, para os efeitos legais deste PLANO, são aqueles detentores de créditos não sujeitos legalmente aos efeitos da RJ, porém por livre iniciativa e mediante prévia formalização junto ao Administrador Judicial, adere aos termos aqui estabelecidos.

adverso originado pelo pedido de falência pelo credor Teuto, com quantidade mínima de colaboradores. Assim a readequação projetada é entendida quando comparamos o mesmo nível da operação em anos passados com as projeções;

- f) Manutenção do sistema SIAC;
- g) Foco total no controle de estoque de mercadorias, em especial quanto aos volumes ideais e vencimentos.
- h) Venda de ativos a fim de sanar o atual endividamento e das necessidades de capital de giro prevista para os próximos anos, visto a dificuldade de obtenção de crédito e a redução considerável da operação, que reduzirá a geração de caixa (projeta-se que o resultado operacional será suficiente para arcar com as obrigações extraconcursais).
- i) Estabelecimento de uma política de crédito mais rigorosa, buscando reduzir expressivamente o índice de inadimplência para no máximo 2% das vendas brutas
- j) Aprimoramento das ferramentas de Planejamento Estratégico, buscando antecipar com maior eficiência possíveis ocorrências negativas, oriundas de variáveis internas e externas. A dedicação a ferramenta de planejamento estratégico também irá assegurar as RECUPERANDAS o desenvolvimento de um plano de contingência para futuras intempéries;
- k) Manutenção das políticas de compra com predominância de até 90% à vista, permitindo maior poder de compra e melhores preços de aquisição, o que possibilitará preços de venda mais competitivos no mercado e / ou melhor rentabilidade ao negócio;
- l) Investimento na performance das equipes de vendas, que precisa alavancar o atual volume de vendas, mesmo com limitações impostas pelo cenário recuperacional; e
- m) Busca por novos fornecedores, ou seja, realização de parcerias com novos Laboratórios, com ênfase nos de pequeno e médio porte, que normalmente oferecem melhores condições comerciais. Existe certamente, interesse em manter determinados fornecedores do período anterior à crise do Grupo, desde que, além de haver o interesse em continuar fornecendo ao Grupo, que seja revisado diversos itens que compõem as políticas de comercialização, principalmente no que se refere a exclusão de cotas de volume de compras.

3.4. Plano de reestruturação financeira

3.4.1 Proposta de pagamento aos credores sujeitos à recuperação judicial e aderentes

O PLANO tem como escopo:

- a) Preservar as RECUPERANDAS como conjunto de unidades econômicas geradoras de empregos, tributos e riqueza, assegurando assim o exercício de sua função social;
- b) Superar sua atual situação econômica e financeira, recuperando-se com isso o valor das empresas e de seus ativos; e

- c) Atender aos interesses de seus credores indicando as fontes dos recursos e o cronograma de pagamento, sem riscos adicionais às relações originalmente estabelecidas antes do pedido de recuperação judicial.

Após análise da situação econômica e financeira no cenário de retomada, com os devidos ajustes operacionais realizados ou em andamento, considerando as possibilidades trazidas pelo artigo 50 da Lei 11.101/2005, as RECUPERANDAS se utilizarão da venda de ativos para pagamento aos credores.

3.4.1.1. Venda de ativos

CLASSE I

No momento do protocolo do processo de recuperação judicial não havia credores titulares de créditos derivados da legislação do trabalho ou decorrentes de acidentes de trabalho. Sobrevindo qualquer credor enquadrado como pertencente a esta classe ou mesmo ocorrendo a hipótese de credores aderentes, todos serão acomodados na proposta de pagamento prevista neste item, que atende a prerrogativa estabelecida pelo art. 54 da Lei 11.101/2005, quanto ao prazo de pagamento aos credores classe 1 (prazo não superior a um ano). Em face da capacidade de pagamento aqui apresentada e com fulcro no art. 47 da LRF, a aprovação do presente PLANO resulta ainda no desconto de 100% (cem por cento), para créditos derivados da relação de trabalho sujeitos a RJ, de eventuais multas trabalhistas impostas pela justiça especializada, em especial as multas por inadimplemento de acordo trabalhista, a prevista em norma coletiva (CCT ou ACT) e as que aludem os artigos 467 e 477 da CLT.

CLASSES II, III E IV

Os imóveis discriminados no quadro “Imóveis para Venda”, abaixo, doravante denominados simplesmente como “IMÓVEIS”, serão disponibilizados para venda e o resultado aferido, descontado as despesas com o processo de alienação nos termos da lei, será utilizado para liquidação dos créditos das classes II, III e IV, observado os seguintes critérios:

- a) Credores Classe II: liquidação de 100% (cem por cento) dos créditos sujeitos aos efeitos do processo de recuperação judicial e aderentes, se for o caso, com 50% (cinquenta por cento) do valor aferido na venda dos IMÓVEIS, observado no pagamento a proporcionalidade de cada credor quanto ao total da classe. Valor estimado para a classe, nesta data, de R\$ 7.943.750,00 (sete milhões e novecentos e quarenta e três mil e setecentos e cinquenta reais), ou seja, o equivalente a 55,31% do valor total dos créditos desta classe;
- b) Credores Classe III: liquidação de 100% (cem por cento) dos créditos sujeitos aos efeitos do processo de recuperação judicial e aderentes, se for o caso, com 47% (quarenta e sete por cento) do valor aferido na venda dos IMÓVEIS, observado no pagamento a proporcionalidade de cada credor quanto ao total da classe. Valor estimado para a classe, nesta data, de R\$

- 7.467.125,00 (sete milhões e quatrocentos e sessenta e sete mil e cento e vinte e cinco reais), ou seja, o equivalente a 39,85% do valor total dos créditos desta classe; e
- c) Credores Classe IV: liquidação de 100% (cem por cento) dos créditos sujeitos aos efeitos do processo de recuperação judicial e aderentes, se for o caso, com 3% (três por cento) do valor aferido na venda dos IMÓVEIS, observado no pagamento a proporcionalidade de cada credor quanto ao total da classe. Valor estimado para a classe, nesta data, de R\$ 476.625,00 (quatrocentos e setenta e seis mil e seiscentos e vinte e cinco reais), ou seja, o equivalente a 39,35% do valor total dos créditos desta classe.

O pagamento ocorrerá em até 48 (quarenta e oito) horas após o efetivo ingresso dos recursos líquidos oriundos da venda dos ativos, através de depósito judicial, ficando o Administrador Judicial encarregado de acompanhar e dar ciência a todos os interessados da efetivação da venda.

Não ocorrendo a venda em até 360 (trezentos e sessenta) dias de todos os imóveis, contados da homologação do presente PLANO, será realizada a venda em pagamento dos imóveis ainda em carteira aos credores, na proporção estabelecida nas alíneas acima e observado o valor de mercado considerado para elaboração desta premissa de pagamento, observado por óbvio o saldo ainda em aberto, ficando as despesas de ITBI e escrituração por conta de cada credor.

Os pagamentos efetuados na forma prevista no presente Plano de Recuperação Judicial ou a escrituração do(s) imóvel(eis), implicam em quitação plena, irrevogável e irretratável de todos os créditos nele contemplados, aí se incluindo não só o valor principal, mas juros, correção monetária, penalidades, indenizações, abatimentos e descontos obtidos com este PLANO. Efetivada a quitação, esses credores não mais poderão reclamá-los contra as RECUPERANDAS e seus coobrigados.

A aprovação e homologação do PLANO, na forma da lei, implica na automática, irretratável e irrevogável liberação e desoneração de todos os coobrigados, garantidores solidários e subsidiários, por qualquer responsabilidade derivada de garantia fidejussória de qualquer espécie, inclusive, mas não somente, por força de aval e fiança, assim como a total supressão das garantias reais originalmente constituídas nas dívidas sujeitas ao processo recuperacional, nos termos da decisão proferida pelo TJGO no Agravo 5064322-25.2017.8.09.0000, julgado em 28/02/2018.

Os credores, por consequência, não poderão ajuizar ou prosseguir com ações ou execuções judiciais contra as RECUPERANDAS e/ou seus coobrigados e/ou garantidores em geral, tais como, mas não se limitando a, avalistas e fiadores, relativas e sujeitas ao presente processo de recuperação judicial enquanto o PLANO estiver sendo cumprido. Todas as ações e execuções judiciais em curso contra as RECUPERANDAS e seus garantidores, relativas aos créditos anteriores ao seu pedido de recuperação judicial, serão extintas.

Todos os credores concursais, por sua vez, com a novação ficam desde já obrigados, sob pena de responderem civilmente por prejuízos as RECUPERANDAS, a cancelarem os protestos porventura

efetuados pelo fato de não mais existir dívida mercantil ou de serviços não pagos, enquanto o PLANO estiver sendo cumprido. A manutenção dos protestos, além de colidir com a novação decorrente da aprovação do PLANO, causa indevida restrição ao crédito das RECUPERANDAS. Na ausência de providências dos credores, nos 60 (sessenta) dias subseqüentes à homologação do plano de recuperação judicial, os credores reconhecem que o plano de recuperação judicial aprovado, acompanhado da decisão concessiva da recuperação judicial, será instrumento hábil para providenciar a baixa de todos os títulos de crédito e documentos de dívida, cujos fatos geradores sejam anteriores ao ajuizamento do pedido de recuperação judicial, podendo as RECUPERANDAS proceder à baixa dos protestos e compensar os custos a isso inerentes com créditos que tenham em face dos credores respectivos.

Imóveis para Venda

DESCRIÇÃO	ÁREA	REGISTRO	VALOR (R\$/M ²)	TOTAL (R\$)
410 (quatrocentos e dez) lotes do Residencial Cidade Nova, de propriedade do loteador Jardim Hortência Ltda, na cidade de São Felix do Xingu, no Estado do Pará	102.500 m ²	Imóvel matr. 3282 (CRI São Felix PA), com autorização Prefeitura ADM 001/2016 e SEMURB 033/2016 (em acordo com a Lei Municipal 135/1991)	155,00 (nos termos da tabela de venda do empreendimento)	15.887.500,00

4. Demonstração da viabilidade econômica (art. 53, II e III, LRF)

O Laudo técnico integrado ao presente Plano de Recuperação Judicial das RECUPERANDAS, demonstra sua viabilidade econômica e financeira, promovendo a preservação de sua função social e o estímulo à atividade econômica.

4.1 Premissas⁵ e cálculos técnicos

As premissas assumidas na elaboração deste PLANO, fundamentadas nos documentos e informações fornecidos pelas RECUPERANDAS, são apresentadas como fatos certos, seguros e reais devidamente fundamentados no dia a dia operacional das empresas e na legislação pertinente.

O PLANO foi elaborado levando em consideração que a forma de pagamento aos credores está diretamente relacionada à disponibilidade de recursos projetada ano a ano, razão pela qual a solução encontrada por esta assessoria foi a disponibilização de ativo não operacional para venda e/ou dação em pagamento para liquidação de todos os compromissos recuperacionais.

⁵ Responsável Técnico – Leandro Reis Bernardes – CORECON 152/D PJ

ESTIMATIVA DE RECEITAS

DISCRIMINAÇÃO	Unidade de medida	Preço Médio	Participação % Beneficiário	Ano 0-1		Ano 1-2		Ano 2-3		Ano 3-4		Ano 4-5	
				Quant.	Valor								
Empresa "Unifarma"													
- Materiais Hospitalares	caixa	15,00	15,00%	250.000	3.750.000,00	250.000	3.750.000,00	254.500	3.817.500,00	272.200	4.083.000,00	291.720	4.375.800,00
- Medicamentos	unidade	15,00	85,00%	1.320.000	19.800.000,00	1.315.000	19.725.000,00	1.348.600	20.229.000,00	1.381.120	20.713.800,00	1.412.150	21.181.500,00
- Suplementos Alimentares	unidade	15,00	10,00%	150.000	2.250.000,00	148.000	2.220.000,00	151.600	2.274.000,00	155.200	2.328.000,00	158.800	2.382.000,00
- Cosméticos	caixa	45,00	10,00%	15.521	696.945,00	14.729	672.802,50	14.928	671.560,00	15.127	680.715,00	15.326	689.870,00
Total Unifarma				4.756.521	24.000.000,00	4.722.728	24.000.000,00	4.809.628	24.820.000,00	5.016.700	25.703.800,00	5.267.896	26.629.370,00
Empresa "Pharma"													
- Materiais Hospitalares	caixa	15,00	15,00%	180.000	2.700.000,00	180.000	2.700.000,00	178.600	2.679.000,00	185.320	2.779.800,00	194.080	2.911.200,00
- Medicamentos	unidade	15,00	70,00%	933.833	13.997.499,00	930.300	13.954.500,00	943.200	14.148.000,00	956.450	14.346.750,00	970.170	14.552.525,00
- Suplementos Alimentares	unidade	15,00	15,00%	180.000	2.700.000,00	178.000	2.670.000,00	176.400	2.646.000,00	185.200	2.778.000,00	194.080	2.911.200,00
Total Pharma				1.293.833	19.397.499,00	1.288.300	19.324.500,00	1.298.200	19.473.000,00	1.331.670	19.704.550,00	1.364.250	19.956.725,00
TOTAL TOTAL (GRUP)			100,00%	6.050.354	43.397.500,00	6.011.028	43.324.500,00	6.107.828	44.293.000,00	6.348.370	45.408.350,00	6.632.146	46.586.095,00

- IV. Para os anos subsequentes, ou seja, do ano II ao ano V, está sendo previsto um crescimento médio de 5,0% ao ano, conforme quadro de estimativa de receitas. Para os anos subsequentes, estima-se o ponto de nivelamento do negócio frente as perspectivas de retomada e necessidades de capital de giro necessário a sustentação das operações.
- V. Não se prevê aumento gradativo dos custos fixos ao longo dos próximos anos, uma vez que há uma compensação na trava dos preços médios de comercialização para os referidos anos de projeções. É sabido que, no caso de aumento dos custos, toda e qualquer empresa se vê obrigada a reajustar os preços de vendas para adequar a viabilidade da operação (Inflação).
- VI. As projeções de custos fixos e variáveis estão fundamentadas a partir da média histórica das Recuperandas, considerando os ajustes operacionais realizados nos últimos meses em prol da reestruturação financeira necessária.

Projeção de Custos

DISCRIMINAÇÃO	%	Ano 0-1	Ano 1-2	Ano 2-3	Ano 3-4	Ano 4-5
Custos Fixos						
Custas de RJ (Adm Judicial, processo, advogados e assessoria)		650.000,00	540.000,00	408.000,00	-	-
Impostos Parcelados lançados como dívidas extraconcursais						
M.O. Fixa / Encargos		3.471.076,80	3.621.909,60	3.797.755,20	4.048.099,20	4.316.868,00
Pro Labore e encargos		399.600,00	399.600,00	399.600,00	399.600,00	399.600,00
Despesas Administrativas		764.820,00	764.820,00	764.820,00	764.820,00	764.820,00
CUSTOS FIXOS MONETÁRIOS		5.285.496,80	5.326.329,60	5.370.175,20	5.612.519,20	5.481.288,00
Depreciação / Exaustão		929.547,38	929.547,38	929.547,38	929.547,38	929.547,38
Amortização de Gastos Diferidos		-	-	-	-	-
CUSTOS FIXOS NÃO MONETÁRIOS		929.547,38	929.547,38	929.547,38	929.547,38	929.547,38
CUSTOS FIXOS TOTAIS		6.215.044,18	6.255.876,98	6.299.722,58	6.542.066,58	6.410.835,38
Custos Variáveis:						
Insumos (CMV, Embalagens, Fretes, Perdas)		26.305.028,00	27.620.279,40	29.001.293,37	30.451.358,04	31.973.925,94
Publicidade (Anúncios, Publicações, Promoções e Eventos)	0,3%	120.000,00	126.000,00	132.300,00	138.915,00	145.860,75
Despesas tributárias		4.446.865,10	4.669.208,36	4.902.668,77	5.147.802,21	5.405.192,32
Comissões e Premiação	3,95%	1.580.000,00	1.659.000,00	1.741.950,00	1.829.047,50	1.920.499,88
Inadimplência	2,0%	800.000,00	840.000,00	882.000,00	926.100,00	972.405,00
Despesas financeiras	0,5%	200.000,00	210.000,00	220.500,00	231.525,00	243.101,25
Diversos (sobre total dos custos variáveis)	1,00%	400.000,00	420.000,00	441.000,00	463.050,00	486.202,50
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS		33.451.893,10	35.124.487,76	36.880.712,14	38.724.747,75	40.660.985,14
CUSTOS MONETÁRIOS TOTAIS		38.737.389,90	40.450.817,36	42.250.887,34	43.937.266,95	46.142.273,14
CUSTOS TOTAIS		39.666.937,28	41.390.364,73	43.180.434,72	44.166.814,33	47.071.820,52

DESPESAS ADMINISTRATIVAS	ESTIMATIVA UTILDROGAS		ESTIMATIVA PHARMA	
	VALOR MENSAL	VALOR ANUAL	VALOR MENSAL	VALOR ANUAL
Aluguel	0,00	0,00	0,00	0,00
Energia	7.106,00	75.200,00	1.550,00	18.600,00
Água	400,00	4.800,00	260,00	2.400,00
Softwares	700,00	8.400,00	700,00	8.400,00
Associações (Classe)	600,00	7.200,00	600,00	7.200,00
Comunicações (Telefone e Internet)	4.500,00	54.000,00	3.200,00	38.400,00
Veículo, Combustíveis e Viagens	8.000,00	96.000,00	6.000,00	72.000,00
Sistema de segurança e Alarme	4.000,00	48.000,00	2.000,00	24.000,00
Material de escritório e expediente	800,00	9.600,00	650,00	7.800,00
Material de consumo e limpeza	800,00	9.600,00	650,00	7.800,00
Material de Informática	600,00	7.200,00	350,00	4.200,00
Manutenção e conservação de bens	1.400,00	16.800,00	300,00	3.600,00
Servicos diversos	700,00	8.400,00	400,00	4.800,00
Servicos Terceirizados (Contábil e Jurídico)	6.000,00	72.000,00	4.000,00	48.000,00
Uniformes	1.500,00	18.000,00	900,00	10.800,00
Serviço de Proteção ao Crédito	1.500,00	18.000,00	1.200,00	14.400,00
Incinerção	300,00	3.600,00	200,00	2.400,00
Treinamentos	1.800,00	21.600,00	1.500,00	18.000,00
Diversos (5% sobre os demais custos fixos)	1.786,30	21.432,00	1.250,00	15.000,00
Total ->	87.485,80	1.049.820,00	26.250,00	315.000,00

DISCRIMINAÇÃO	% sobre a receita	Ano 0-1 CMV	Ano 1-2 CMV	Ano 2-3 CMV	Ano 3-4 CMV	Ano 4-5 CMV
CMV Total		25.514.000,00	26.285.700,00	28.129.185,00	29.585.614,25	31.012.420,45
Empresa "Utildrogas"						
- Material Hospitalar	58,50%	2.106.000,00	2.211.300,00	2.321.865,00	2.437.958,25	2.559.856,16
- Medicamentos	68,00%	10.608.000,00	11.136.400,00	11.695.320,00	12.280.086,00	12.894.090,50
- Suplementos Alimentares	52,00%	1.248.000,00	1.310.400,00	1.375.920,00	1.444.716,00	1.516.951,80
- Cosméticos	53,50%	1.284.000,00	1.348.200,00	1.415.610,00	1.486.590,50	1.560.710,03
Empresa "Pharma"						
- Material Hospitalar	58,50%	1.404.000,00	1.474.200,00	1.547.910,00	1.625.836,50	1.706.570,78
- Medicamentos	68,00%	7.616.000,00	7.996.800,00	8.396.640,00	8.816.472,00	9.257.295,60
- Suplementos Alimentares	52,00%	1.248.000,00	1.310.400,00	1.375.920,00	1.444.716,00	1.516.951,80
Demais custos		791.028,00	830.579,40	872.108,47	915.711,79	961.499,48
Fretes	1,80%	720.000,00	756.000,00	793.800,00	833.490,00	875.104,50
Embalagens	0,05%	20.000,00	21.000,00	22.050,00	23.152,50	24.310,13
Perdas	0,20%	51.028,00	53.579,40	56.258,47	59.071,29	62.024,85
CUSTO TOTAL COM INSUMOS ->		26.305.028,00	27.626.279,40	29.001.293,47	30.451.951,05	31.973.925,94

MÃO DE OBRERA REQUERIDA

DISCRIMINAÇÃO	Salário médio mensal (R\$)	Ano 0-1		Ano 1-2		Ano 2-3		Ano 3-4		Ano 4-5	
		Quant.	Custo Anual	Quant.	Custo Anual	Quant.	Custo Anual	Quant.	Custo Anual	Quant.	Custo Anual
TOTAL M. O. FIXA		82	1.928.376,00	88	2.012.174,00	94	2.109.854,00	101	2.249.844,00	110	2.398.260,50
MÃO DE OBRERA FIXA / NÃO CELESTIA											
Representante Comercial	UTILDROGAS	10	0,00	10	0,00	12	0,00	14	0,00	16	0,00
Representante Comercial	PHARMA	6	0,00	6	0,00	7	0,00	9	0,00	11	0,00
ENCARGOS SOCIAIS											
Beneficiários	20%										
S/M.O. Fixa	80%		1.542.705,60		1.609.737,60		1.687.891,20		1.799.155,20		1.918.608,00
TOTAL DOS ENCARGOS		82	1.542.705,60	88	1.609.737,60	94	1.687.891,20	101	1.799.155,20	110	1.918.608,00
MÃO DE OBRERA TOTAL (CELESTIA E NÃO CELESTIA)		98	3.471.081,60	104	3.621.911,60	113	3.797.745,20	125	4.048.999,20	137	4.316.868,50
TOTAL GERAL		98	3.471.081,60	104	3.621.911,60	113	3.797.745,20	125	4.048.999,20	137	4.316.868,50

TRIBUTOS

DISCRIMINAÇÃO	Alíquota %	Ano I		Ano II		Ano III		Ano IV		Ano V e Demais	
		Valor base	Total								
ICMS											
Credenciamento - Mercadorias e Prestadores											
Grátis (20%)	3%	3.106.860,00	888.146,00	3.352.146,00	913.858,80	3.630.247,00	957.144,96	3.931.798,50	1.028.869,04	6.201.347,52	1.685.218,80
Outros Estímulos (65% (SP, MG, RJ))	7%	18.197.100,00	1.273.797,00	17.416.995,00	1.219.185,85	18.248.140,15	1.280.881,10	18.718.217,80	1.341.026,14	20.175.876,78	1.412.173,51
Outros Estímulos (15% (PA, MA, DF, TO, AC))	12%	3.830.040,00	459.604,80	3.621.805,00	434.616,60	3.977.685,25	477.322,23	4.243.819,51	510.058,34	6.855.510,83	828.667,26
Total ->		25.833.000,00	2.421.548,60	25.390.946,00	2.567.661,25	26.156.072,40	2.715.348,29	27.193.835,81	2.879.951,52	31.832.735,13	3.926.059,57
Despesas - Mercadorias											
Grátis (20%)	17%	40.000.000,00	6.800.000,00	42.000.000,00	7.140.000,00	44.100.000,00	7.497.000,00	46.300.000,00	7.871.000,00	48.600.000,00	8.265.000,00
Outros Estímulos	12%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total ->		40.000.000,00	6.800.000,00	42.000.000,00	7.140.000,00	44.100.000,00	7.497.000,00	46.300.000,00	7.871.000,00	48.600.000,00	8.265.000,00
(D.D.) -> ICMS			-3.184.451,60		-3.523.038,75		-3.752.344,90		-4.001.001,52		-4.266.960,80
Outros Impostos											
PS (Mercadorias)	1,65%	2.800.000,00	46.200,00	2.800.000,00	46.200,00	2.800.000,00	46.200,00	2.800.000,00	46.200,00	2.800.000,00	46.200,00
COPINF (Mercadorias)	7,50%	2.800.000,00	210.000,00	2.800.000,00	210.000,00	2.800.000,00	210.000,00	2.800.000,00	210.000,00	2.800.000,00	210.000,00
C - PS (Mercadorias, Embalagens e Frete)	1,65%	221.000,00	3.636,50	221.000,00	3.636,50	221.000,00	3.636,50	221.000,00	3.636,50	221.000,00	3.636,50
C - COPINF (Mercadorias, Embalagens e Frete)	7,50%	821.000,00	61.575,00	821.000,00	61.575,00	821.000,00	61.575,00	821.000,00	61.575,00	821.000,00	61.575,00
Total ->		3.843.000,00	214.411,50								
Total ->		44.843.000,00	7.015.411,10	45.833.946,00	7.354.479,75	47.999.072,40	7.711.419,79	50.196.835,81	8.085.411,52	52.435.735,13	8.480.971,07
ICMS	3%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE IMPORT		44.843.000,00	7.015.411,10	45.833.946,00	7.354.479,75	47.999.072,40	7.711.419,79	50.196.835,81	8.085.411,52	52.435.735,13	8.480.971,07

Memoira de Cálculo Mat. Hospitalar, Medicamentos, Suplementos e Cosméticos

Base para Encargos		Particip.
Estímulos		20%
Grátis (20%)		20%
Outros Estímulos (65% (SP, MG, RJ))		65%
Outros Estímulos (15% (PA, MA, DF, TO, AC))		15%
Total		100,00%
Base para Tributos		0,00%
Grátis		100,00%
Outros Estímulos		0,00%

Diograma (tributário) - Lucro Real
 Contribuição Social e Imposto de Renda calculados na alíquota fixa de 15%, após apuração do lucro
 5% em média do faturamento é tributado sobre as vendas
 2% das compras é tributado sobre as vendas

- VII. No fluxo de caixa, é acrescentada a soma individual da conta “Depreciação” após a apuração do resultado receitas e custos. Este procedimento é necessário, uma vez que este custo já está inserido no custo total da operação. Como não consiste diretamente em saída de caixa da empresa, corretamente retornamos o valor para análise de desempenho efetivo de caixa.
- VIII. Ao longo de todo o período projetado foi condição “*sine qua non*” que os saldos acumulados finais de caixa fossem positivos, confirmando a capacidade de recuperação do grupo e pagamento de suas obrigações dentro das hipóteses apresentadas no PLANO de forma líquida e certa.
- IX. Capital de Giro.

DISCRIMINAÇÃO	Nº Dias	Percentual	Ano 1	
			Base	Valor
USOS				
Caixa e Bancos	3		39.737.389,90	322.611,38
Materiais-primários / insumos	10		21.548.000,00	704.722,23
Mat. secundários	5		791.028,00	10.986,50
Produtos em elaboração	0		-	0,00
Produtos acabados	15		-	0,00
Financiamento das vendas/ % vendas a prazo	60	60%	40.000.000,00	5.358.832,33
Pecas e Materiais de reposição			-	0,00
ATIVOS CIRCULANTES OPERACIONAIS				6.375.651,84
Portfólios/ % compras a prazo	30	10%	20.905.728,00	319.206,57
Impostos	5		4.448.865,19	61.762,02
Salários e encargos a pagar (mão obra fixa)	5		3.471.076,40	48.209,40
PASSIVOS CIRCULANTES OPERACIONAIS				329.179,98
MG				6.046.673,86
MG - BEM PATRIMONIAL				1.138.602,86

- X. O Fluxo de Caixa prevê necessidades mínimas de sobras financeiras em cada exercício para que a empresa retome a viabilidade do negócio ao longo dos próximos anos.

FLUXO DE CAIXA EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL

PERÍODO	Ano I	%	Ano II	%	Ano III	%	Ano IV	%	Ano V	%
Receitas Operacionais	43.000.000,00	100,00%	42.000.000,00	100,00%	44.100.000,00	100,00%	48.300.000,00	100,00%	48.520.250,00	100,00%
(-) Custos e Despesas Descontabilizáveis	38.737.309,30	90,04%	40.450.077,36	96,31%	42.250.067,34	95,81%	43.937.266,95	90,75%	46.142.273,34	94,90%
(*) JERRECA	1.267.610,10	2,95%	1.540.162,65	3,65%	1.043.112,66	2,36%	2.367.733,05	4,90%	2.477.976,66	5,10%
(-) Depreciações / Amortizações	323.547,38	0,75%	323.547,38	0,77%	323.547,38	0,73%	323.547,38	0,67%	323.547,38	0,67%
(*) Lucro Operacional	333.062,72	0,77%	613.635,27	1,46%	919.565,28	2,09%	1.438.195,67	2,98%	1.546.429,48	3,19%
(-) Autores	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
(*) Lucro tributável	333.062,72	0,77%	613.635,27	1,46%	919.565,28	2,09%	1.438.195,67	2,98%	1.546.429,48	3,19%
(-) Contribuic Social (9%)	29.975,64	0,07%	55.227,17	0,13%	82.760,89	0,19%	129.438,71	0,27%	138.958,65	0,29%
(-) Imposto de Renda (15%)	49.959,41	0,12%	92.045,29	0,22%	137.934,73	0,31%	235.727,85	0,49%	232.254,42	0,48%
(=) Lucro Líquido	253.127,67	0,59%	470.322,80	1,12%	698.865,61	1,58%	1.093.021,11	2,26%	1.176.006,41	2,42%
AJUSTES SOBRE O LUCRO										
Excesso depreciação	323.547,38	0,75%	323.547,38	0,77%	323.547,38	0,73%	323.547,38	0,67%	323.547,38	0,67%
Variacão Capital de Giro	-1.138.602,86	-0,00%	-900.767,24	-0,50%	-315.592,00	-0,71%	-326.761,60	-0,67%	-348.736,86	-0,72%
CAPEX	0,00	0,00%	-2.10.000,00	-0,50%	-220.500,00	-0,50%	-231.525,00	-0,48%	-243.101,25	-0,50%
Empréstimo para giro										
FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO	44.072,89		809.602,95		1.052.324,35		1.462.281,89		1.594.575,87	
Operações não sujeitas a RJ (Parcelamento Imp)	200.000.000,00	0,50%	210.000.000,00	0,50%	220.500.000,00	0,50%	231.525.000,00	0,48%	243.101.250,00	0,50%
1- TRABALHISTA - CLASSE 1										
2- GARANTIA REAL - CLASSE 2										
3- QUIROGRAFÁRIOS - CLASSE 3										
4- CREDORES MICRO E PEQUENAS EMPRESAS										
TOTAL DAS AMORTIZAÇÕES	200.000,00	0,48%	210.000,00	0,53%	220.500,00	0,55%	231.525,00	0,48%	243.101,25	0,48%
FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO APÓS AMORTIZA	155.327,81	0,33%	579.602,95	1,32%	871.824,35	1,98%	1.230.756,89	2,56%	1.271.474,42	2,62%
SALDO DE CAIXA	155.327,81		523.756,14		1.395.580,09		2.626.336,98		3.897.751,40	
REC. DE CAPTAÇÃO DE FINANCIAMENTO	155.327,81									

Importante registrar que o fluxo projetado mantém a operação pagando os custos processuais da RJ e os impostos parcelados, não havendo sobre de caixa para pagamento das dívidas sujeitas ao processo recuperacional. Em face desta realidade foi proposto a liquidação de todos os compromissos de RJ através de venda e/ou pacto em pagamento de ativos não operacionais.

5. Considerações finais

Para todos os efeitos legais, considera-se como data da homologação judicial do presente PLANO a correspondente à publicação no diário oficial da decisão judicial proferida, pelo juízo da recuperação, que conceder a recuperação judicial.

Caso qualquer pagamento ou ato estiver programado, de acordo com o PLANO, para ser efetivado ou realizado em dia não útil, tais como sábados, domingos, feriados ou datas em que não haja expediente bancário na Comarca onde tramitam os autos da recuperação judicial, fica automaticamente prorrogado para o próximo dia útil o prazo para o pagamento ou prática do ato respectivo.

O PLANO poderá ser alterado a qualquer tempo após sua homologação judicial e antes de seu integral cumprimento, por iniciativa das RECUPERANDAS, mediante a convocação de Assembleia Geral de Credores. Tais alterações dependerão da aprovação das RECUPERANDAS e da maioria dos créditos presentes na Assembleia Geral de Credores, mediante a obtenção do quórum segundo art. 45 c/c o art.58, *caput* e § 1º, da Lei 11.101/2005.

Compete aos credores indicarem seus dados bancários às RECUPERANDAS, de modo a viabilizar os pagamentos, não sendo estas consideradas em mora, acaso os credores não indiquem os meios de pagamento.

Os credores poderão ceder seus créditos a outros credores ou a terceiros, à expressa aceitação pelos cessionários de que o crédito cedido está sujeito às condições do presente PLANO, estando a cessão condicionada, contudo, à notificação de sua ocorrência as RECUPERANDAS.

Decorridos dois anos da homologação judicial de presente PLANO sem que haja o descumprimento de quaisquer disposições vencidas até então ou, antecipadamente, desde que as RECUPERANDAS antecipem os compromissos previstos para este período, caso venha a ocorrer cenário econômico mais otimista do que o projetado, poderá as RECUPERANDAS requererem ao juízo o encerramento do processo de recuperação judicial.

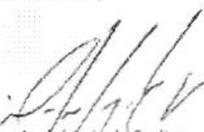
O juízo da Recuperação judicial será o foro competente para dirimir toda e qualquer controvérsia ou disputa oriunda deste PLANO, até o encerramento do processo de Recuperação Judicial. Posteriormente será, para dirimir toda e qualquer controvérsia ou disputa oriunda deste PLANO, o da Comarca de Goiânia.

6. Conclusão

A Argumento Assessoria e Projetos Ltda., inscrita no CNPJ/MF sob o nº 11.347.265/0001-87 e CRA/GO 01450-PJ, contratada para elaboração do presente Plano de Recuperação Judicial, alicerçada na análise setorial realizada, nos documentos, informações e premissas fornecidas pelas RECUPERANDAS, mantidas as projeções econômicas e financeiras, certifica que a aprovação do PLANO representa a continuidade corporativa do Grupo UTILDROGAS através da superação da crise financeira, retomada da rentabilidade e equalização de seu fluxo de caixa, garantindo ainda a manutenção dos empregos e o pagamento dos credores sem riscos adicionais às relações originalmente estabelecidas antes do pedido de recuperação judicial. O valor da empresa em funcionamento, assim, não só é superior ao que seria obtido em caso de liquidação, como apenas sua continuidade atende aos múltiplos interesses envolvidos.

Goiânia (GO), 27 de agosto de 2018.

De acordo,



Anré Luiz de Freitas
"Grupo UTILDROGAS"



Argumento Assessoria e Projetos Ltda.
CRA/GO 01450-PJ

DOC 01 APROVAÇÃO DO LOTEAMENTO CIDADE NOVA



ESTADO DO PARÁ
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO FÉLIX DO XINGU
GABINETE DA PREFEITA



DECRETO Nº 1.408/2017, DE 14 DE SETEMBRO DE 2017.

o art. 3º do ADCT da Lei Orgânica do Município.
14/09/17
Rosamaria B. do Santos

DISPÕE SOBRE A APROVAÇÃO DO PLANO DE ARRUAMENTO E LOTEAMENTO RESIDENCIAL DENOMINADO LOTEAMENTO URBANO – RESIDENCIAL CIDADE NOVA, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A PREFEITA DO MUNICÍPIO DE SÃO FÉLIX DO XINGU - ESTADO DO PARÁ, no uso de suas atribuições legais, conferida pelo artigo 90, IX e XII da Lei Orgânica do Município de São Félix do Xingu/PA,

CONSIDERANDO que o plano de arruamento e loteamento de caráter comercial, misto e residencial denominado **LOTEAMENTO URBANO – RESIDENCIAL CIDADE NOVA**, de propriedade de **RESIDENCIAL JARDIM HORTÊNCIA LTDA**, projetado para ser implantado na gleba de terra situada na zona suburbana, localizada nesta cidade de São Félix do Xingu-PA, designado de lote 02, setor zona suburbana, com área total de 256.433,44 m² (duzentos e cinquenta e seis mil, quatrocentos e trinta e três metros e quarenta e quatro centímetros quadrados), conforme Matrícula nº 3.282: livro 2-R; fls. 085 no Cartório de Registro de Imóveis de São Félix do Xingu-PA, em 2.010 (dois mil e dez) lote de diversas dimensões e área de lote 546.455,96 m² (quinhentos e quarenta e cinco mil, quatrocentos e cinquenta e cinco metro e noventa e seis centímetros quadrado) (56,56%), vias públicas que somam 224.451,62 m² (duzentos e vinte e quatro mil, quatrocentos e cinquenta e um metros e sessenta e três centímetros quadrados) (23,23%), área institucionais destinados a equipamento urbano e comunitário com 51.314,68 m² (cinquenta e um mil trezentos e quatorze metro e sessenta e oito centímetros quadrado) (5,31%), área verde com 143.985,89 m² (cento e quarenta e três mil, novecentos e oitenta e cinco metros e nove centímetros quadrados) (14,90%), mais área de preservação permanente (APP) com 33.183,26 m² (trinta e três mil, cento e oitenta e três metros vinte e seis centímetros quadrada) (3,32%), devidamente aprovado pelo Departamento Municipal de Engenharia e Topografia, conforme Processo Administrativo nº 001/2016, e pela SEMURE – Secretaria Municipal Serviços Urbanos, conforme Licença nº 00033/2016, e que atende as exigências da Lei Municipal nº 135 de 15 outubro de 1991, bem como da Lei Federal nº 6.766 de 19 dezembro de 1979, conforme análise realizada pelos órgão técnico da Prefeitura Municipal de São Félix do Xingu-PA;

CONSIDERANDO que o loteador Residencial Jardim Hortência Ltda. firmou, nesta data, Termo de Ajustamento de Conduta – TAC n. 001/2017, com o compromisso de execução, no loteamento, de todos os melhoramentos urbanos previstos na Lei Municipal 135/91 e suas alterações subsequentes, no prazo previsto no mesmo diploma legal, perante a Prefeitura Municipal; e

CONSIDERANDO o que mais consta do Processo Administrativo nº 001/2016,

DECRETA:

Art. 1º. Fica aprovado o **PLANO DE ARRUAMENTO E LOTEAMENTO COMERCIAL, MISTO E RESIDENCIAL DENOMINADO: LOTEAMENTO URBANO – RESIDENCIAL CIDADE NOVA**, de propriedade de **RESIDENCIAL JARDIM HORTÊNCIA LTDA**, sociedade empresarial inscrita no CNPJ/MF sob nº 15.583.554/0001-36, com sede na PA-279, Km 05, Lote 02, Quadra Zona Urbana, Setor Zona Urbana, São Félix do Xingu-PA, de conformidade com as plantas projetos e memoriais descritivos constante do Processo Administrativo nº 001/2016.

Rosamaria B. do Santos

Avenida 22 de Março n. 915 / Centro / CEP 68380-000
(04) 3435-1100 / semagov40@gmail.com
São Félix do Xingu / Pará



ESTADO DO PARÁ
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO FÉLIX DO XINGU
GABINETE DA PREFEITA



Art. 2º. Os Incisos I e II deste artigo, constarão do Termo de Ajustamento de Conduta – TAC n. 001/2017, a ser celebrado entre a **PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO FÉLIX DO XINGU/PA** e o loteador denominado **RESIDENCIAL JARDIM HORTÊNCIA LTDA**, como instrumento balizador e conclusivo com vistas a atender integralmente as exigências expressas no Relatório Técnico emitido pelo Departamento de Engenharia da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos, parte integrante deste Decreto, e ainda:

- I. inscrição ou registro do loteamento no Cartório de Registro de Imóvel de São Felix do Xingu-PA, no prazo de 180 dias e na forma da legislação federal em vigor;
- II. apresentação, concomitantemente ao registro do loteamento, de escritura pública de constituição de hipoteca, devidamente registrada, em favor do Município de São Felix do Xingu-PA, em garantia da execução, no prazo e nos termos da lei, da implantação da infraestrutura nas quadras: Quadra 29, lote de 01 a 40; na Quadra 30 lotes de 01 a 40; na Quadra 31, lotes de 01 a 40; na Quadra 32, lotes 01 a 40; na Quadra 33, lotes de 01 a 40; na Quadra 34, lotes de 01 a 40; na Quadra 45, lotes de 01 a 32; na Quadra 46, lotes de 01 a 32; na Quadra 47, lotes 01 a 32; na Quadra 48, lotes de 01 a 32; na Quadra 49, lotes de 01 a 32; na Quadra 50, lotes de 01 a 32; na Quadra 51, lotes de 01 a 32; totalizando 12.681,52 m², conforme instrumento de constituição da caução real em garantia de realização de infraestrutura no **LOTEAMENTO URBANO – RESIDENCIAL CIDADE NOVA** que é parte integrante deste Decreto.

Art. 3º. A falta de outorga da apresentação de escritura pública de constituição de hipoteca a que se refere o inciso II do "caput" do artigo anterior, impedirá o registro do Loteamento no Cartório de Registro de Imóvel de São Felix Do Xingu/PA e acarretará a revogação deste Decreto.

Art. 4º. Na falta de cumprimento da exigência prevista no inciso I do caput do artigo 2º deste Decreto, será revogada a aprovação do loteamento.

Art. 5º. As edificações deverão obedecer aos recuos previsto na legislação municipal.

Art. 6º. Será proibido o desmembramento ou desdobro de lote no loteamento **RESIDENCIAL JARDIM HORTÊNCIA LTDA**.

Art. 7º. A vigência do Termo de Ajustamento de Conduta – TAC n. 001/2017 será de 1 (um) ano, a contar da data de publicação deste Decreto e de respectivo TAC n. 001/2017.

Art. 8º. É parte integrante deste Decreto o Memorial Descritivo das quadras 01 à 12, constituindo-se de documentação comprobatória referente a primeira etapa do **LOTEAMENTO URBANO – RESIDENCIAL CIDADE NOVA**, de propriedade de **RESIDENCIAL JARDIM HORTÊNCIA LTDA**.

Art. 9º. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

REGISTRE-SE, PUBLIQUE-SE e CUMPRA-SE.

GABINETE DA PREFEITA MUNICIPAL DE SÃO FÉLIX DO XINGU – PARÁ, EM
14 DE SETEMBRO DE 2017.


MINERVINA MARIA DE BARROS SILVA
Prefeita Municipal de SFX/PA

Nota:
Este Decreto n. 1.408/2017, de 14 de setembro de 2017, foi publicado de acordo com o artigo 3º do Título IX – Ato das Disposições Gerais e Transitórias da Lei Orgânica do Município de São Félix do Xingu – Pará.

Avenida 22 de Março n. 915 / Centro / CEP 68380-000
(94) 3435-1100 / semiagov90@gmail.com
São Félix do Xingu / Pará



ESTADO DO PARÁ
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO FÉLIX DO XINGU
GABINETE DA PREFEITA



DECRETO N. 1.674/2018, DE 13 DE MARÇO DE 2018.

com suas vigências e disposições
o art. 3º do ADGT da Lei Orgânica do
Município de 13/03/2018
Maria das Mercês A. do Nascimento
Auxiliar Administrativo
Decreto Nº 2584/2017

PRORROGA VIGÊNCIA DO DECRETO Nº 1.408/2017, DE 14 DE SETEMBRO DE 2017, QUE DISPÕE SOBRE A APROVAÇÃO DO PLANO DE ARRUAMENTO E LOTEAMENTO RESIDENCIAL DENOMINADO LOTEAMENTO URBANO – RESIDENCIAL CIDADE NOVA, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A PREFEITA DO MUNICÍPIO DE SÃO FÉLIX DO XINGU - ESTADO DO PARÁ, no uso de suas atribuições legais, conferida pelo artigo 90, IX e XII da Lei Orgânica do Município de São Félix do Xingu/Pa,

DECRETA:

Art. 1º. Fica prorrogada a vigência do Decreto nº 1.408/2017, de 14 de setembro de 2017, que dispõe sobre a aprovação do plano de arruamento e Loteamento Residencial denominado Loteamento Urbano – Residencial Cidade Nova, e dá outras providências.

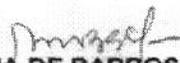
Parágrafo único: A prorrogação de que trata o caput deste artigo, será de 6 (seis) meses a contar da data da publicação deste Decreto.

Art. 2º. Permanecem inalteradas todas as regras estabelecidas no Decreto nº 1.408/2017, de 14 de setembro de 2017.

Art. 3º. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

REGISTRE-SE, PUBLIQUE-SE e CUMPRA-SE.

**GABINETE DA PREFEITA MUNICIPAL DE SÃO FELIX DO XINGU – PARÁ,
EM 13 DE MARÇO DE 2018.**


MINERVINA MARIA DE BARROS SILVA
Prefeita Municipal de São Félix do Xingu/Pa

Nota:
Este Decreto n. 1.674/2018, de 13 de março de 2018, foi publicado de acordo com o artigo 3º do Título IX – Ato das Disposições Gerais e Transitórias da Lei Orgânica do Município de São Félix do Xingu – Pará.

Avenida 22 de Março n. 915 / Centro / CEP 68380-000
(94) 3495-1100 / semgov40@gmail.com
São Félix do Xingu / Pará